



TURISMO, SOCIEDAD Y CULTURA

Visiones interdisciplinarias para el desarrollo rural

EDICIÓN N° 3



UASLP
Universidad Autónoma
de San Luis Potosí



UNATO
Le tourisme
au service des hommes et des territoires



Colección

TURISMO, SOCIEDAD Y CULTURA
Visiones interdisciplinarias para el desarrollo rural
EDICIÓN N°3

María Marysol Báez Portillo
Irma Brígida Suárez Rodríguez
(*Coordinadoras*)

José Luis Isidor Castro
Onésimo Cuamea Velázquez
(*Directores del Libro*)

Armin Marcelo De La Rosa Patiño
(*Director de la Colección*)

Griselda Meraz Acevedo
(*Editora*)

Leticia Guadalupe Trejo Leal
(*Editora*)



Para citar esta publicación puede utilizar el siguiente formato:

Báez Portillo, M. Marysol y Suárez Rodríguez, Irma B. y (2018). Colección *TURISMO, SOCIEDAD Y CULTURA, visiones interdisciplinarias para el desarrollo rural*. Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo. Valdivia, Chile. Edición N°3. 2018.

Se permite la copia y distribución por cualquier medio siempre que se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras y no se realice ninguna modificación de las mismas.

Portada: Armin Marcelo de la Rosa Patiño

Edición: Tercera de la Colección 2018

Materia: Investigaciones

Colección: Investigaciones

Serie: Investigaciones Iberoamericanas

D.R. 2018. Los autores

D.R. 2018. Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo.

Sello Editorial: Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo (956-9037), con N° de identificación 65.100.289-3. Calle Blanco esq. O'Higgins s/n. Corral, Región de los Ríos, Valdivia. **República de Chile.**

ISBN 978-956-9037-02-3

Cámara Chilena del libro
Avda. Lib. Bdo. O'Higgins 1370, Of. 502. Santiago
www.camaradellibro.cl / www.isbnchile.cl

Versión Digital

Instituciones Colaboradoras:

Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía, A.C. (México)

Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México)

Instituto Tecnológico de Sonora (México)

Vacances Tourisme Familles VTF (Francia)

Union Nationale des Associations de Tourisme et de Plein Air UNAT (Francia)

Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo (Chile)

PRESENTACIÓN

La complejidad y la gran diversidad que existe en el medio rural de México para la práctica ética y profesional del Turismo Rural despiertan y estimulan el interés de los estudiosos del Turismo en las distintas áreas del conocimiento, todo esto como antecedentes de otros estudios o experiencias que como resultados de una producción científica sobre este tema profundizan en el análisis y la reflexión a través del debate y la demostración por los diferentes sectores de la economía nacional e internacional, es por ello que en el 4to. Congreso Internacional de Turismo Rural que organiza la AMESTUR representa un espacio de manera directa o indirecta para la discusión, y la aportación al entendimiento con cabalidad de lo que representa como estrategia de desarrollo tanto social y económico para las comunidades este tema del Turismo Rural poco trabajado y con poca contribución científica y académica.

De forma general el presente libro es una compilación de la producción de jóvenes universitarios investigadores que bajo la conducción de sus profesores y mediante un esfuerzo colectivo hacen una inmersión en la investigación turística formal presentando una serie de resultados y propuestas que podrían ser discutidas de manera más profunda en la academia ya que la dificultad en la solución de estos problemas están relacionados fuertemente en el entendimiento y del significado real del Turismo Rural.

Las presentaciones de estos trabajos científicos ocurren en el marco del 4to. Congreso Internacional de Turismo Rural organizado por la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía (AMESTUR) en coordinación con la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y bajo la colaboración de la Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo (RECINATUR), Vacances Tourisme Familles (VTF) y la Union Nationale des Associations de Tourisme et de Plein Air (UNAT).

El Congreso de Turismo Rural que organiza la AMESTUR seguirá siendo el espacio abierto para que todos los estudiosos e interesados en profundizar los debates sobre las estrategias del desarrollo del Turismo Rural continúen su curso fundamentado en la articulación con las comunidades rurales, campesinas e indígenas de México.

Es del interés de la AMESTUR y de quienes le acompañan en la realización de todas las actividades académicas, científicas y culturales que la producción científica que se presenta a través de esta literatura sea de utilidad y beneficio para continuar promoviendo y potenciado el estudio y las buenas prácticas de esta aún joven actividad como lo es el Turismo Rural en México.

Dr. José Luis Isidor Castro
Director del Libro
Presidente del Consejo Consultivo de AMESTUR

CONTENIDO

EL TURISMO COMO ELEMENTO DE DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE EN LA HUASTECA POTOSINA	8
PROPUESTA DE UN PROYECTO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA EL POBLADO LA ATRAVESADA, SONORA	12
LAS ECOTÉCNIAS COMO HERRAMIENTA DE CONSERVACIÓN APLICADO AL PARQUE ECOTURÍSTICO LOS DINAMOS.....	16
TURISMO RURAL EN COMUNIDADES CAMPESINAS E INDÍGENAS.....	20
CONSERVACIÓN DE LA COCINA ANCESTRAL DE LA ETNIA YAQUI	25
LA ANIMACIÓN TURÍSTICA COMO HERRAMIENTA EN LA CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO RURAL.....	30
SENDEROS INTERPRETATIVOS UNIVERSITARIOS, Y SU CONTRIBUCIÓN A LA CONSERVACION DE LA BIODIVERSIDAD.....	34
SENDERO INTERPRETATIVO EN BICICLETA A SAN JOSÉ DE GUAYMAS.....	38
REVALORIZANDO EL PATRIMONIO GASTRONÓMICO, MEXQUITIC DE CARMONA, S.L.P: GORDITAS DE HORNO, UNA TÉCNICA ANCESTRAL	42
PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE PARA NEVERIAS EN LA SIERRA DE CACOMA, AUTLÁN, JALISCO	45
EL DESCUBRIMIENTO A TRAVÉS DE LA CONSERVACIÓN DE LA RIQUEZA BIOLÓGICA EN RANCHO VALLEJO, NAYARIT	48
DISEÑO DE PLATAFORMA TECNOLÓGICA PARA LA DIFUSIÓN DEL INVENTARIO TURÍSTICO	51
EL DESARROLLO LOCAL ENDÓGENO EN LA COMUNIDAD RURAL DE SAN PEDRO HUITZQUILICO (MÉXICO). CASO SOBRE LÍNEAS DE ACCIÓN ENFOCADAS AL AGROTURISMO	54
CONSTRUCCIÓN DE UNA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA COMUNIDAD DE CENTRAL VALLARTA, PUERTO MORELOS, QUINTANA ROO.....	58
LA COCINA DE RITA: CASO DE ÉXITO DE EMPRENDIMIENTO RURAL.....	61
DIMENSIONES DE LA AUTENTICIDAD GASTRONÓMICA INCIDENTE EN LA SATISFACCIÓN DEL TURISMO RURAL	65
PROPUESTA PARA EL RESCATE DE ELEMENTOS SOCIOCULTURALES A TRAVÉS DE UNA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN HOTELES DE LUJO	69
MODALIDAD DE TURISMO RURAL EL COLORADO, MUNICIPIO DE HERMOSILLO.....	74
GESTIÓN DE LA MICROEMPRESA TURÍSTICA RURAL E INDÍGENA. CASO ARROYO SECO, GUANAJUATO.....	78

HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL APLICADAS AL TURISMO RURAL: CASO DE ESTUDIO PUEBLO DE CÓCORIT	81
LA COCINA ANCESTRAL MEXICANA: RESCATE DE CULTURA Y TRADICIÓN	85
LAS GRUTAS DE ALAMITOS. CASO: MUNICIPIO DE RIOVERDE SAN LUIS POTOSÍ	88
EL QUESO DE BOLA; UNA RUTA AGROALIMENTARIA SUSTENTABLE EN LA CABECERA MUNICIPAL DE OCOSINGO, CHIAPAS	92
TURISMO COMO ALTERNATIVA PARA EL RESCATE DE TRADICIONES Y COSTUMBRES. ESTUDIO DE CASO COMUNIDAD INDÍGENA DE CHACALA	95
COCINA TRADICIONAL YAQUI COMO FACTOR DE DESARROLLO TURÍSTICO	98
ZHÔNTE, DISEÑO DE APLICACIÓN PARA LA MEJORA DE SERVICIOS BRINDADOS EN HOTELES DE PUEBLOS MÀGICOS	102
MEDICIÓN DE LA DIVERSIDAD DE UNIDADES ECONÓMICAS EN EL TURISMO RURAL; CASO SAN LUIS POTOSÍ, MÉXICO.....	106
AGROTURISMO, RUTAS AGROALIMENTARIAS Y GASTRONOMÍA RURAL	110
AGROTURISMO: RUTA DEL MAÍZ.....	114
DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL PARA EL TURISMO RURAL EN UNA COMUNIDAD INDÍGENA DE ZONGOLICA, VERACRUZ	117
EL REGRESO A LAS RAÍCES CULINARIAS EN MÉXICO A PARTIR DE LA COCINA ROTATIVA	123
TURISMO RURAL, ESTRATEGIA DE CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE PARA EL MUNICIPIO DE TEZONTEPEC DE ALDAMA.....	127
DIAGNÓSTICO PARA LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL EN EL MUNICIPIO DE EMPALME, SONORA	130
DIAGNÓSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE EQUINOTERAPIA COMO PROYECTO EMPRENDEDOR EN EL EJIDO SAN JOSÉ DE GUAYMAS.....	134
TURISMO, CULTURA Y TRADICIÓN, UNA MIRADA DESDE EL PUEBLO TÉNEK DE TAMALETOM.....	138
INVESTIGACIÓN APLICADA AL TURISMO RURAL. CASO EJIDO EL ÁGUILA, CHIAPAS, A TRAVÉS DE PROYECTOS INTEGRADORES	141
GESTIÓN COMUNITARIA PARA EL TURISMO RURAL, ATEXOXOCUAPA, ZONGOLICA, VERACRUZ.....	145
PROPUESTA DE PROGRAMA DE TURISMO RURAL CON APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING, EN COMUNIDADES DE ZACATECAS	151

OFERTA TURÍSTICA ACTUAL EN MÉXICO AVALADA POR ORGANISMOS QUE CERTIFICAN EL TURISMO RESPONSABLE Y PROGRAMAS EXISTENTES PARA EL DESARROLLO DEL MISMO	156
ESTRATEGIA COMERCIAL PARA IMPULSAR EL TURISMO RURAL, COMUNIDAD ABILLAL, COLIMA, MÉXICO	160
EL TURISMO RURAL Y LA INVESTIGACIÓN APLICADA EN “TEQUILA PUEBLO MÁGICO”	164
DISEÑO DE UN PROGRAMA DE ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL PARA UNA COOPERATIVA RURAL: CASO SARTENEJAS	168
JOMISKA, PROPUESTA DE UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA LA PRESERVACIÓN DE LA LENGUA INDÍGENA OTOMÍ.....	172
EDUCACIÓN EN EL CONSUMO INFORMADO DEL PULQUE PARA EL MARIDAJE CON ALIMENTOS LOCALES DEL VALLE DEL MEZQUITAL....	177
PERFIL Y GRADO DE SATISFACCION DEL VISITANTE DE NATURALEZA. AREA DE PROTECCION DE FLORA Y FAUNA DE LA SIERRA DE QUILA, JALISCO.....	182
POLÍTICAS PÚBLICAS, TURISMO Y TRADICIONES, UN ACERCAMIENTO AL CASO PARTICULAR DEL XANTOLO, EN LA COMUNIDAD DE SAN VICENTE TANCUAYALAB, S.L.P.....	185
EL TURISMO COMUNITARIO: UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO	188
MEZCAL TRADICIONAL, PRODUCTO CON IDENTIDAD LOCAL SUSCEPTIBLE PARA UN APROVECHAMIENTO CULTURAL A TRAVÉS DEL TURISMO RURAL EN MICHOACÁN.....	192
PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO RURAL “EXHACIENDAS” MAGDALENA, JALISCO.....	196
GESTIÓN LOCAL Y TURISMO RURAL, ANÁLISIS SOBRE EL CASO DEL RANCHITO DE LOS GUZMÁN S.L.P.....	200
JANTI, APLICACIÓN DE RECORRIDOS TURÍSTICOS MIXTOS.....	203
LOS GEOSITIOS COMO ZONAS DE TURISMO DE RECREACIÓN: PARQUE NACIONAL CERRO DE LA ESTRELLA, CIUDAD DE MÉXICO	206
APROVECHAMIENTO DEL PATRIMONIO CULTURAL Y DE TURISMO RURAL: CASO RANCHO EL SAPO	210

EL TURISMO COMO ELEMENTO DE DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE EN LA HUASTECA POTOSINA

Mtro. Salvador Luna Vargas¹

Palabras clave: Agua, Toma de decisiones, Territorio y ambiente

Introducción

El presente manuscrito se deriva del trabajo realizado durante el proyecto de Maestría, en el cual se adaptó una metodología que permitiera evaluar la sustentabilidad de la actividad turística en áreas rurales, que por sus características geográficas, trascendencia económica y organización social se convirtieron en importantes atractivos turísticos en la región, y que gracias a su excepcional belleza paisajística hoy forman parte de los espacios de consumo recreativo ofertados a los visitantes que buscan ansiosos los caudalosos ríos de la Huasteca Potosina.

En relación con lo anterior, esta región ha observado en los últimos años un incremento en el flujo de visitantes, atraídos principalmente por los segmentos de aventura, naturaleza, ecoturismo, y en menor medida del turismo cultural, ya que son las áreas rurales donde se concentran los atractivos naturales más importantes de la región, pues son los habitantes de estas áreas los actores centrales en la reducción del deterioro social, cultural y ambiental (Boege, 2008). Sin embargo, el turismo no ha generado el desarrollo esperado en todos los casos, y sí ha creado una serie de problemas como la masificación del turismo de naturaleza, debido al mal manejo y gestión de la actividad. Esto ha conllevado en efectos negativos en los ecosistemas (Pérez-Castro, 2016), y en las relaciones de poder y del territorio (San Juan, 2009; Luna & Muñoz-Güemes, 2017).

Por otra parte, el turismo se ha convertido en una actividad complementaria a actividades primarias de origen colonial, como es el cultivo de caña de azúcar en las llanuras, el café en las serranías, el cultivo de cítricos en las mesetas, y la ganadería extensiva en la Llanura Costera del Golfo Norte, conformando así la transformación del paisaje en aras de la construcción de una serie de espacios de consumo del territorio, en donde incluso la cultura se reinventa vía el turismo (Oehmichen, 2013). Dicho lo anterior es necesario identificar las condiciones que limitan y fortalecen el desarrollo de la sustentabilidad en el turismo, a fin de propiciar una reflexión sobre los compromisos que pueden adoptar los prestadores de servicios turísticos, en el camino hacia una actividad que mejore las condiciones de vida de las poblaciones locales, contribuya al desarrollo económico y promueva la conservación de los ecosistemas.

El turismo en la Huasteca potosina

Sería impreciso definir el periodo exacto en que el turismo comenzó a ser parte de las actividades económico-productivas en las comunidades rurales de la Huasteca potosina, sin embargo, tiene como un antecedente previo la década de los ochenta, donde surge de manera sutil el turismo en contacto con la naturaleza. Posteriormente el turismo se formalizaría en

¹ Licenciado en Turismo Sustentable por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, y Maestro en Administración e Innovación del Turismo por el Instituto Politécnico Nacional. Actualmente es docente de la carrera de Turismo en la Universidad Tres Culturas, y de Administración de Empresas en el Colegio de Estudios de Posgrado de la Ciudad de México. E-mail: salvador_luna14@yahoo.com.mx

2001 con las estrategias gubernamentales para el desarrollo del turismo de naturaleza en México (Sectur, 2006), como una opción viable para el desarrollo de las comunidades asentadas en las regiones rurales con una amplia gama de atractivos naturales. Además, el nacimiento del Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI) en el año 2007, a cargo de las Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI, 2008), creó una alternativa de ingresos para las poblaciones indígenas, mediante estrategias de capacitación, construcción, mantenimiento, y mejoramiento de infraestructura turística, así como de promoción. Dicho programa benefició a algunas localidades rurales de filiación étnica en la Huasteca Potosina; entre los que se encuentran los nahuas, huastecos (*teenek*) y pames (*xi'oi*).

Si bien no todas las localidades rurales de la Huasteca potosina son indígenas, la mayoría de ellas cuentan con población indígena, además, es en estas localidades donde aún se comparten ciertos rasgos culturales que definen el contexto geográfico de la región. Ésta dinámica social permitió el asentamiento de localidades ribereñas a lo largo de las corrientes de agua, que brindan actualmente los elementos necesarios de interacción con los ecosistemas y las actividades económico-productivas. Tal es el caso de los sitios turísticos en espacios rurales (tabla 1), donde los cuerpos de agua son el motor económico y social de las localidades, pues los servicios ecosistémicos que brindan estos son esenciales para el abastecimiento, el ocio y la recreación. Estos sitios conforman en la actualidad los atractivos naturales, que contribuyen al desarrollo de la Huasteca Potosina como destino turístico.

Tabla 1. Sitios turísticos de la Huasteca potosina en cuerpos de agua

Sitio turístico	Localidades	Municipio	Actividades complementarias	Características	Atractivos naturales
Cascada de Tamul	Ejidos: La Morena/ Tanchachín/ El Naranjito	Aquismón	Construcción, peones ganaderos y corte de caña de azúcar	Población mestiza dedicada principalmente a la actividad turística	Cascada de Tamul, Río Tampaón y Cueva del Agua
Cascadas de Micos	Ejido El Platanito	Ciudad Valles	Corte de caña de azúcar por temporada y labor en parcelas particulares	Población mestiza dedicada principalmente a la actividad turística	Cascadas y Río El Salto
Cascadas de Minas Viejas	Ejido Minas Viejas	El Naranjo	Corte de caña de azúcar por temporada y labor en parcelas particulares	Población mestiza	Cascadas
Cascadas de Tamasopo*	Predio particular	Tamasopo	Exclusivamente el turismo	Población mestiza	Cascadas
El Meco	Colonia Agrícola Meco	El El Naranjo	Comercio y trabajo temporal en el Ingenio San Miguel del Naranjo	Población mestiza	Cascada y Río El Salto
Las Pozas de Xilitla*	Predio particular	Xilitla	Habitantes de localidades cercanas se dedican al cultivo de café	Población mestiza y algunos integrantes del grupo étnico nahua	Cascadas, Flora y Fauna del lugar
Nacimiento de Huichihuayán	Ejidos: El Nacimiento Huehuetlán/ El Nacimiento Xilitla	Huehuetlán/Xilitla	Agricultura de subsistencia	Población mestiza en Huehuetlán y población indígena nahua en Xilitla	Manantial

Puente de Dios	Ejidos: la Palma/ San José del Corito/ El Sabino	Tamasopo/ Rayón/ Alaquines	Agricultura de subsistencia y corte de caña de azúcar	Población mestiza con algunos integrantes del grupo étnico pame	Cascadas
Puente de Dios**	Ejido El Sidral	Aquismón	Corte de caña de azúcar y pesca	Población mestiza	Río Tampaón y cañones
Tambaque	Ejidos: Santa Cruz/ Tanchanaco	Aquismón	Agricultura de subsistencia y corte de caña de azúcar	Población con integrantes del grupo étnico huasteco	Cascadas, Manantial y Río

Fuente: Elaboración propia. * Sitios no evaluados, debido a que no son administrados por población rural. **Sitio rural no evaluado.

Metodología

La metodología utilizada en el proyecto de investigación fue el Marco para la Evaluación de Sistemas de Manejo de Recursos Naturales incorporando Indicadores de Sustentabilidad-MESMIS (Masera, Astier, & López-Ridaura, 2000), el cual permitió identificar las condiciones que limitan y fortalecen el desarrollo de las comunidades rurales que hacen uso, explotación y aprovechamiento de los recursos naturales destinados al ocio y la recreación. Los métodos de medición utilizados fueron: a) la revisión bibliográfica; b) las mediciones directas; c) encuestas, y d) entrevistas.

Resultados y discusión

Los principales hallazgos del trabajo realizado fueron los siguientes: 1) Los sitios turísticos de la Huasteca Potosina poseen una riqueza natural inigualable, sin embargo, la infraestructura turística es el elemento que más podría mejorar; por lo cual es un área de oportunidad para los sitios turísticos de la región, ya que la tendencia demuestra que en los próximos cinco años se convertirá en el principal problema de estos sitios; 2) El progreso económico de las localidades rurales no ha alcanzado los niveles esperados, puesto que el turismo aún sigue siendo una alternativa económica a las actividades productivas que se realizan cotidianamente. Los pobladores coinciden en que no existen oportunidades laborales y el ingreso económico es injusto, lo que ocasiona que los hombres en edad productiva emigren hacia las principales ciudades industrializadas de México, y que las mujeres dependan en gran medida de los programas públicos; 3) La organización de los prestadores de servicios turísticos aún es reducida, debido a que el tiempo de permanencia de los comités está sujeto a la capacidad de retornar al equilibrio ante agentes externos como la inseguridad y los fenómenos meteorológicos, en el que la capacitación juega un papel fundamental en la consolidación de las organizaciones (Luna, Valderrábano, Suárez, & Alcérreca, 2018), además, la inclusión de las mujeres es fundamental para el desarrollo de la actividad turística en áreas rurales a través del uso de conocimientos y habilidades locales, y 4) Los ecosistemas juegan un papel fundamental en el desarrollo rural, sin embargo, los espacios fundamentales para el bienestar de las comunidades no son relevantes para los agentes gubernamentales (Smith, et al., 2012), además de que el inadecuado manejo de los recursos (especialmente los hídricos) ha provocado escasez de agua, a pesar de su aparente abundancia, lo cual contribuye a la emergencia de conflictos locales entre aquellos que se dedican al sector agropecuario y el sector turismo (Jabardo & Padilla, 2016).

Conclusiones

Pese a todas las adversidades enumeradas, no queda sino destacar que los proyectos locales desarrollados por los habitantes de ejidos, comunidades y núcleos rurales de población deben ser apoyados por una nueva generación de políticas públicas que planifiquen no a nivel macro, sino en términos del desarrollo de nichos de mercado local.

Referencias Bibliográficas

- Boege, E. (2008). *El patrimonio biocultural de los pueblos indígenas de México. Hacia la conservación in situ de la biodiversidad y agrobiodiversidad en los territorios indígenas*. D.F.: Instituto Nacional de Antropología e Historia, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- CDI. (2008). *Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI)*. D.F.: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- Jabardo, V., & Padilla, L. (2016). La escasez de agua en la Huasteca Potosina (México): conflictos locales. *Revista Universitaria de Geografía*, 25(2), 133-165.
- Luna, S., & Muñoz-Güemes, A. (2017). Relaciones Interétnicas y la Competencia por el Aprovechamiento Turístico del Agua en la Huasteca potosina, México. *Universidad&Ciencia*, 6(Especial), 63-78.
- Luna, S., Valderrábano, M., Suárez, I., & Alcérreca, L. (2018). Methodological Proposal to Evaluate Touristic Activity with Local Sustainability Criteria in the Hydrographic Sub-Basins of the Huasteca Potosina, Mexico. In W. Leal-Filho, R. Noyola-Cherpitel, P. Medellín-Milán, & V. Ruíz-Vargas (Eds.), *Sustainable Development Research and Practice in Mexico and Selected Latin American Countries* (pp. 217-240). Hamburg, Germany: Springer, Cham. doi:10.1007/978-3-319-70560-6_14
- Masera, O., Astier, M., & López-Ridaura, S. (2000). Sustentabilidad y manejo de recursos naturales: El marco de evaluación MESMIS. D.F., México: MundiPrensa México-GIRA-UNAM.
- Oehmichen, C. (2013). Una mirada antropológica al fenómeno del turismo. En C. Oehmichen (Ed.), *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo* (págs. 35-72). Distrito Federal: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pérez, A. B. (2016). Producción y consumo del territorio huasteco: de la apropiación simbólica a la instrumental. En A. Ávila, & J. L. Plata (coords.), *Nuevas coordenadas del territorio huasteco desde la historia, la arqueología, el arte y los rituales* (págs. 47-74). San Luis Potosí: El Colegio de San Luis.
- San Juan, R. A. (2009). "Un Territorio Partido por la Mitad" Interpretaciones, Prácticas y Contiendas alrededor del Nacimiento Huehuetlán y Nacimiento Xilitla, S.L.P. El Colegio de San Luis, Departamento de Antropología Social. San Luis Potosí: El Colegio de San Luis, A.C.
- Sectur. (2006). *El turismo de naturaleza: retos y oportunidades*. Secretaría de Turismo, Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo. D.F.: SECTUR.
- Smith, D. A., Herlihy, P. H., Ramos-Viera, A., Kelly, J. H., Hilburn, A. M., Aguilar-Robledo, M., & Dobson, J. E. (2012). Using Participatory Research Mapping and GIS to Explore Local Geographic Knowledge of Indigenous Landscapes in Mexico. *FOCUS on Geography*, 55(4), 119-124. doi:10.1111/foge.12001

PROPUESTA DE UN PROYECTO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA EL POBLADO LA ATRAVESADA, SONORA

Dulce Evelyn Castro Robles, Mtra. Claudia Ramos Godínez.

Palabra clave: turismo rural, sostenibilidad, recursos naturales y culturales.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes. La Organización Mundial del Turismo (OMT) (2012) define el turismo sostenible como el turismo que toma en cuenta las consecuencias actuales, futuras, económicas, sociales y medioambientales para la satisfacción de las necesidades de los visitantes, del entorno y de las comunidades en donde se realiza. Para algunos, los términos Desarrollo Sostenible o Desarrollo Sustentable no tienen ninguna diferencia y explican que dichos términos se deben a una confusión producto de la traducción de palabras.

Méndez (2012) Es uno de los autores que menciona que no existe ninguna diferencia entre ambos términos, puesto que afirma que la sostenibilidad y la sustentabilidad son iguales en su aplicación.

Sin embargo, Waas (2011) dice que la definición de Desarrollo Sustentable contempla muchas características confusas, lo que hace que existan diferentes definiciones válidas frente al mismo tema.

Con base en lo anterior, Villamizar citado por Cortés & Peña (2015) afirma que el desarrollo sostenible es determinado como el equilibrio del manejo del planeta en tres aspectos: económico, ambiental y social, aclarando que ninguno de estos tres recursos deberá utilizarse a un ritmo superior al de su generación.

Para la Universidad Tecnológica de Pereira-Colombia (2009) los desafíos de la competitividad y sostenibilidad del turismo implican su reconocimiento, estudio e inserción en las políticas mundiales de desarrollo para garantizar el éxito de la actividad en coherencia con los objetivos de conservación del patrimonio cultural y natural de nuestro país.

Por todo lo anterior, se puede decir que el turismo sostenible tendría que realizar un uso insuperable de los recursos ambientales, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades y proporcionar beneficios socioeconómicos que sean viables y duraderos para todos.

Por otra parte, el turismo sustentable que es considerado como un nuevo modelo de desarrollo, tomó fuerza durante los últimos años, período que fue marcado por la expansión de modalidades de turismo, denominadas como turismo de aventura, turismo rural, turismo cultural, ecoturismo y turismo ambiental Silveira (2017). De ahí que esta investigación se orientará en el turismo rural desde un enfoque sustentable.

Planteamiento del Problema. La práctica del turismo como hecho social y los impactos que de este se derivan, se constituye en objeto de análisis y estudio en todos los ámbitos de la planificación. En este sentido, se hace necesario generar espacios de reflexión entre la comunidad, que permita analizar las distintas formas de hacer turismo y los impactos que genera, con el fin de procurar su inserción en las políticas de desarrollo sostenible.

El poblado Morelos la Atravesada es un ejido que lleva una vida rural y costumbres arraigadas a sus raíces. Es necesario que esas costumbres no se pierdan y que se fomente el valor de su importancia. Proteger sus áreas naturales para conservarlas y así crear un lugar turístico para el disfrute de las personas. Con base en lo anterior, se tiene como planteamiento del problema ¿Cuenta el Poblado La Atravesada con el potencial y los recursos necesarios para el desarrollo de un programa de actividades de turismo rural sostenible que pueda aportar beneficios económicos y sociales a la comunidad?

Objetivos. Elaborar un programa de actividades de turismo rural para el Poblado La Atravesada contando con la participación de la comunidad en la elaboración de productos y actividades típicas de la región para mejorar el desarrollo cultural, económico y social, a la vez de que se promueva el cuidado del medio ambiente.

Justificación. Como muchas otras actividades económicas, el turismo genera riqueza, empleos, mejoras de las infraestructuras y cambios culturales. Todo ello redunda en la mejora de los niveles de renta y de las expectativas socioeconómicas de las poblaciones que residen en las áreas receptoras. Estos impactos, especialmente en espacios económicamente desfavorecidos o subdesarrollados, como es el caso del Poblado Morelos La Atravesada; se han impuesto en términos negativos ya que no se ha aprovechado el potencial que tiene la localidad. De aprovecharse tal potencial se incentivaría la economía, el desarrollo social y cultural, procurando a la vez el cuidado del medio ambiente como forma aplicable del turismo sustentable.

El turismo puede tener beneficios positivos para la comunidad, ya que ayudara a generar empleo, de la misma manera podrán ser beneficiados económicamente sus productores como lo son los guías de turista, hospedajes, alimentación entre otros.

METODOLOGÍA

Este proyecto es una investigación de tipo cualitativa para el cual se utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010). En esta investigación se tiene como objeto de estudio al Poblado La Atravesada ubicado en la Carretera número 85 a 17 kilómetros de la carretera internacional entronque Ortiz, en Empalme Sonora.

Los instrumentos utilizados son entrevistas, y fichas de inventario de recursos, los cuales se aplicarán mediante un análisis geo socioeconómico, basado en un enfoque de tipo económico, rural y cultural que consistirá primeramente en la realización del inventario de recursos naturales y culturales del poblado Morelos la Atravesada como un lugar con alto potencial donde se puede desarrollar el turismo rural.

El proceso que se siguió para esta investigación es el que se presenta a continuación:

- Selección de los instrumentos
- Recopilación de datos
- Análisis de datos
- Presentación de resultados
- Diseño de propuestas

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir de la aplicación de los instrumentos, se identificó la oportunidad desarrollar la actividad económica a través de la venta de alimentos y productos típicos de la comunidad, favoreciéndola e incentivándola a que promocioe su localidad para que más turistas lleguen y practiquen el turismo rural logrando el respeto por preservar las actividades culturales y rurales.

Por ello, la propuesta de turismo rural es para la localidad de José María Morelos y Pavón (La Atravesada) que está situado en el municipio de Empalme en el Estado de Sonora, ubicado en la Carretera número 85 a 17 kilómetros de la carretera internacional entronque Ortiz, Sonora, cuya labor principal es la agricultura y cría de ganado.

La Atravesada se fundó en el año de 1954. Cuenta con escuelas, estadios de futbol y de béisbol, una estación de bomberos, un centro de salud, una iglesia católica y una plaza en la cual el día 15 de septiembre se lleva a cabo el grito de independencia, donde también se elige a la reina del pueblo para las fiestas tradicionales que se realizan el último fin de semana del mes de septiembre. Además, se realizan juegos de argollas, gallo enterrado, y palo encebado. También se realizan los bailes populares, los desfiles, y las cabalgatas. En el mes de diciembre se lleva a cabo el tradicional torneo navideño de futbol de las calles, en cual consiste en el popular juego de futbol donde cada calle de la población forma sus equipos, para así competir por un trofeo. Este evento culmina el 31 de dicho mes.

El nombre de la localidad es en honor a José María Morelos y Pavón. Mejor conocida como la Atravesada porque por allí cruzaban (atravesaban) los yaquis para llegar de un cerro a otro, eso es lo que cuentan los primeros pobladores. La agricultura es una de las actividades de mayor importancia en el poblado, se cuenta con diferentes parcelas donde se desarrolla una amplia gama de cultivos, destacando la producción de hortalizas, trigo, sandía, maíz, melón entre otros. Por otra parte, también se lleva a cabo la aportación de la producción ganadera y dependiendo de la especie que se críe, se pueden obtener diversos productos derivados, tales como la carne, la leche, los huevos y la miel.

La ganadería está relacionada con la agricultura, ya que en una parcela ambas pueden estar relacionadas. En estos casos el ganado aporta el estiércol, que es utilizado como abono, y los cultivos aportan el alimento para los animales. La oportunidad de vincular a la agricultura con el turismo ha sido visualizada desde hace tiempo por diversas instituciones como una alternativa para la reactivación de las zonas rurales (Blanco & Riveros, 2017) Así surge el agroturismo, como una actividad recreativa incluida dentro de las modalidades de turismo en espacios rurales, donde se pueden articular una o varias de las fases relacionadas con la producción agropecuaria.

El agroturismo suele llevarse a cabo en propiedades de tamaño pequeño o mediano, cuyos propietarios lo ejercen como una forma de diversificar los ingresos de su negocio principal, esto proporciona mayores oportunidades de empleo para la propia familia y otras personas de la localidad donde se desarrolla dicha actividad. Por ello, el agroturismo puede contribuir a que haya una economía basada en las actividades rurales y agropecuarias, así como los paisajes rurales, las costumbres y la cultura local.

El enfoque en el cual se fundamentará dicho proyecto será el desarrollo sostenible, económico y social ya que se basará en una mejor calidad de vida para todas las personas de

la población y en la derrama que se produzca como tal en pesos, al mismo tiempo tendrá un enfoque comunitario para el rescate de las costumbres del pueblo como forma importante en nuestras cultural ancestrales.

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

Es necesario crear espacios de reflexión entre la comunidad, que permita observar las diferentes maneras que tiene el poblado para realizar turismo y los impactos que pueda generar. Como muchas otras actividades económicas, el turismo genera riqueza, empleo, inversión, mejoras de las infraestructuras y cambios culturales. Si se aprovecha tal potencial se impulsaría la economía, el desarrollo social y cultural, procurando a la vez el cuidado del medio ambiente como forma aplicable del turismo sustentable, al no perjudicar los recursos naturales. El turismo puede tener beneficios positivos para la comunidad, ya que ayudara a generar empleo local, de la misma manera podrán ser beneficiados económicamente sus productores como lo son los guías de turista, hospedajes, alimentación entre otros.

BIBLIOGRAFÍA:

- Blanco, M., & Riveros, H. (29 de Marzo de 2017). [www.pa.gob.mx](http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como__Marvin_Blanco_M..pdf). Obtenido de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como__Marvin_Blanco_M..pdf
- Cortés, H. G., & Peña, J. I. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. Escuela de Administración y Negocios, 40-54.
- Méndez Chiriboga, M. A. (2012). La Sostenibilidad y la Sustentabilidad en los museos, dos enfoques principales: la museología tradicional y la nueva museología; estudio de caso en dos museos de la provincia de Pichincha. Tesis previa a la obtención del título de licenciada en restauración y museología, Universidad Tecnológica Equinoccial.
- OMT, O. M. (Julio de 2012). UNWTO.org. Obtenido de cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turismoysostenibilidad_0.pdf
- Pereira-Colombia. (marzo de 2009). I Simposio de turismo sostenible. Obtenido de <http://simposioturismosostenible.blogspot.mx/>
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. d. (2010). Metodología de la investigación. Mexico D.F:
- McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Silveira, M. A. (29 de Marzo de 2017). Scielo. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322005000300002
- Waas, T. H. (2011). Sustainable Development: A Bird's Eye Vie. sustainability, 1637–1661. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/843c/f865f1ea9d24b2672e538f42e725be485379.pdf>

LAS ECOTÉCNIAS COMO HERRAMIENTA DE CONSERVACIÓN APLICADO AL PARQUE ECOTURÍSTICO LOS DINAMOS

Lic. Mónica Alejandra De Los Reyes Pardo², Dr. Ricardo Tejeida Padilla.

Palabras clave: Ecotécnicas, Ecoturismo, Parque, Recursos.

INTRODUCCIÓN

Los avances tecnológicos y científicos han marcado una etapa importante en la vida y desarrollo del ser humano, dando pauta a una interacción y percepción profunda ante las expresiones artísticas, la apreciación de los paisajes naturales y culturales brindando la oportunidad de desarrollar las capacidades humanas y convivir en armonía con el ambiente, desafortunadamente, desde otra perspectiva, no todos los ámbitos se han visto beneficiados, debido a las necesidades humanas básicas no cubiertas en su totalidad, generando así, carencia en oportunidades económicas, limitación en el acceso a la alimentación, a la energía, a la vivienda, en el abasto de agua, saneamiento y cuidado de la salud, así como en mitigar la pobreza sin comprometer las condiciones ambientales.

Las ecotécnicas son instrumentos desarrollados para aprovechar eficientemente los recursos naturales y materiales, permitiendo la elaboración de productos y servicios, así como el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y materiales diversos para la vida diaria, las cuales han despertado un creciente interés debido a que se obtienen de la naturaleza, son prácticamente inagotables, bien por el volumen de la fuente o por su renovación por procesos naturales y porque son seguras y limpias (CDI, 2016; Romo, Guerrero y Moya, 2013), permitiendo ser consideradas como una alternativa viable para la conservación de especies y recursos, así como herramientas accesibles para gran parte de la población, considerando los criterios base para cubrir los tres elementos de la sustentabilidad ambientales, sociales y económicos (Ortiz, Maser y Fuentes, 2014):

- Ser accesibles, especialmente para los sectores más pobres de la sociedad.
- Estar enfocadas en las necesidades y contextos locales.
- Ser amigables con el ambiente, promoviendo el uso eficiente de recursos, el reciclado y el re-uso de productos.
- Promover el uso de recursos locales y su control.
- Generar empleo en las economías regionales, especialmente en las áreas rurales, de las que la población ha tenido que migrar por falta de oportunidades.
- Ser producidas a pequeña escala y de forma descentralizada.
- Ser diseñadas, adaptadas y difundidas mediante procesos participativos, con diálogo entre los saberes locales y los científicos (esto es clave en el contexto campesino e

² Sección de Estudios de Posgrado e Investigación- Escuela Superior de Turismo, Instituto Politécnico Nacional. Maestría en Administración e Innovación del Turismo. Av. Miguel Bernard #39, Ciudad de México, C.P. 07630, MÉXICO. alejandra-depa@hotmail.com

indígena, donde las poblaciones locales cuentan con acervos muy valiosos de conocimiento.

MÉTODO Y METODOLOGÍA

Se decide utilizar el Método Sistémico debido a que permite estudiar problemas complejos desde una perspectiva global, teniendo como elementos la totalidad de los componentes, así como sus interrelaciones internas y externas, como lo expresa Rosnay "un sistema es un conjunto de elementos en interacción dinámica organizados en función de un fin. Un sistema se debe de considerar abierto, ya que normalmente están en relación con el exterior"; disintiendo con el enfoque analítico, ya que éste último desmenuza la totalidad para estudiar los elementos por separado, aislando interacciones y componentes del resto del todo que forman (Rosnay, 1975:108).

Para que el Enfoque Sistémico sea óptimo depende de los siguientes elementos (Durand, 1979:123).

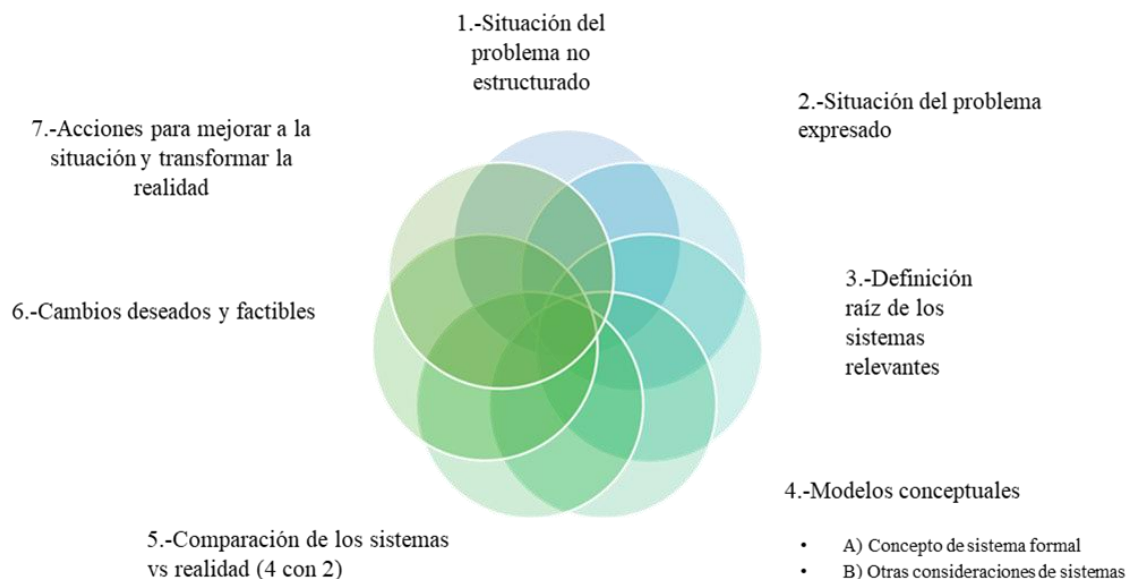
- La interacción entre los elementos del sistema. La interacción reciproca modifica la naturaleza o el funcionamiento de estos elementos.
- La totalidad. Pascal lo resumía en una frase "Imposible conocer las partes sin conocer el todo, de la misma manera que no es posible conocer el todo sin conocer particularmente las partes"
- La organización, "grupo de relaciones entre los elementos que producen una nueva unidad que ostenta características propias que no tienen los elementos que la componen"
- La complejidad resume los tres conceptos anteriores, apoyándose sobre dos nociones fundamentales: la variedad de elementos y la interacción de elementos. La complejidad se puede ilustrar a través de los siguientes puntos:
- Un sistema es complejo cuando está constituido por una gran variedad de elementos que tienen funciones especiales.
- Los elementos están organizados en niveles jerárquicos internos.
- Los diferentes niveles y elementos individuales se hallan ligados por una gran variedad de relaciones.
- Las interacciones entre los elementos son de tipo no lineal.

Por lo anterior, la presente Investigación se desarrolla utilizando el Método Sistémico, y generando su tratado por medio de la Metodología de los Sistemas Suaves ya que es posible abordar problema para generar decisiones y acciones orientadas a transformar la realidad de sistemas con alta intervención humana, a partir de la definición y expresión del problema, permitiendo posibilidad de comparar el mundo real con el sistema que se está estudiando, para de ésta forma definir los cambios factibles y deseables en las propuestas de las acciones pertinentes para la mejora de la situación problema (Checkland, 1993) ya que poseen la peculiaridad de adoptar diversos estados debido a las condiciones ambientales, permitiendo así preservar su identidad (François, 2004; van Gigh, 2012).

La SSM está conformada por 7 etapas de síntesis que emplean el concepto de sistema de actividad humana como un medio para conseguir tanto investigar la situación como efectuar acciones para mejorarla (Checkland & Scholes, 1994). (Figura 1).

Figura 1 Modelo de la Metodología de Sistemas Suaves de Checkland

Fuente: Checkland y Scholes (1994)



RESULTADOS ESPERADOS

En la actualidad, los hábitos de consumo que llevamos han generado alteraciones en el equilibrio natural, propiciando agotamiento y explotación de los recursos naturales, incrementando los índices de contaminación, de pobreza y despuntando el Cambio Climático; lamentablemente con el paso de los años el ser humano ha ido perdiendo gradualmente la relación y entendimiento con la naturaleza, a tal grado de enfrentarse con la búsqueda de seguridad y comodidad perturbando el equilibrio natural.

Debido a la gran afectación que ha tenido el Parque Ecoturístico Los Dinamos, se pretende desarrollar una sinergia con técnicas no contaminantes, mediante una metodología que permita éste alcance, coadyuvando con un Modelo Sistémico, en un entorno sustentable, pretendiendo mejorar, incentivar e impulsar el desarrollo económico y social en comunidades inmersas y aledañas al Parque.

Proponiendo alternativas a problemáticas vigentes, adaptado a las competencias que marque la sociedad, conjuntando prácticas que tengan como finalidad, implementar y diseñar estrategias al aprovechamiento de los recursos naturales, sin comprometer su existencia futura, aportando alternativas para la solución de problemáticas que enfrenta el Patrimonio Natural, para de esta forma, posicionar a cualquier Parque Ecoturístico que busque un desarrollo sustentable, permitiendo así el incentivo en la derrama económica del Parque, enfocado en el enriquecimiento de las áreas naturales visualmente atractivas, estimulando el ecoturismo, y permitiendo a la comunidad aledaña al Parque Ecoturístico Los Dinamos, la interacción con el turista al brindar servicios de alimentos, hospedaje y recreación homologados.

REFERENCIAS

- Checkland, P. B. (1993). *Systems thinking, Systems Practice*. New York, Chichester.
- Checkland P. y Scholes, J. (1994). *La metodología de los sistemas suaves en acción*. Noriega Editores. México.
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (2016). *Guía Práctica para Comunidades Indígenas*. 2017, recuperado de <https://www.gob.mx>
- Durand, D. (1979). *La systémique*. Presses Universitaires de France, Paris. 123
- François C. (2004), *International encyclopedia of systems and cybernetics*, (2 Ed) Germany, Strauss GmbH.
- Ortiz J, Masera O, Fuentes A. (2014). *La Ecotecnología en México*, México, Morelia, Universidad Nacional Autónoma de México, Unidad de Ecotecnologías del Centro de Investigaciones en Ecosistemas, p 7,9,12,26,28.
- Romo L, Guerrero V y Moya F, (2013). *Análisis de la producción científica española en energías renovables, sostenibilidad y medio ambiente (Scopus, 2003- 2009) en el contexto mundial*. *Bibliotecológica*. 7 (60). p 127
- Rosnay J. de (1977) *El Macroscopio*, Editorial AC, Madrid (Traducción de F. Sáez). p 108-117.
- van Gigch J. (2012) *Teoría General de Sistemas*, México, Trillas.

TURISMO RURAL EN COMUNIDADES CAMPESINAS E INDÍGENAS

*Lic. Edith Carmina Sánchez Trejo³, Mtra. Yashared Saldaña Tapia, y
Mtra. Esther Boto Clemente*

Palabras clave: Vida, Cultura, Rurales actividades.

INTRODUCCIÓN

La innovación en el desarrollo de alguna idea va de la mano con la creatividad que se incluye a la hora de llevar a cabo un plan en que se aprovechen los recursos que la madre naturaleza hace el favor de otorgarnos. Los seres humanos buscan subsistir en este planeta y ha buscado la forma de poder sobrevivir y permanecer en el mismo, sin embargo, el nivel de supervivencia no es el mismo.

Este trabajo se centra en el Valle del Mezquital, mismo que cubre más de 7,000 km² en el límite septentrional mesoamericano. Su delimitación se basa en aspectos culturales, históricos y ecológicos con énfasis en los hidrológicos, es decir, en la localización de los parteaguas de las subcuencas de los cauces afluentes del río Tula y San Juan (los ríos Alfajayucan, Arroyo Zarco, Rosas, Salado, Tecozautla, Tlautla, Actopan y Tula) [v. Arellano Zavaleta, 1970:139–150; López Aguilar, 1993].

La región forma parte del altiplano central mexicano, dentro de la provincia fisiográfica de la meseta neovolcánica. Comprende el occidente del estado de Hidalgo, parte del norte del Estado de México y una limitada zona del sureste del estado de Querétaro [v. López Aguilar, op. cit.; López et al., 2012:103].

Las comunidades rurales del Valle del Mezquital en el estado de Hidalgo, son indígenas consideradas como marginadas su suelo es semidesértico con producción agrícola principal de hortalizas que se suministra de agua a través de sistema de riego; suelen poseer recursos que no han sido aprovechados adecuadamente. Las personas que habitan son capaces de desarrollar cargos que contribuyan al desarrollo de su región, sin embargo, la poca cercanía con lugares urbanos quizá no permita que exista esa comunicación para que pueda surgir un crecimiento socioeconómico y sobre todo ambiental, pero no significa que sea una desventaja del todo, estas zonas son una alternativa para realizar actividades de turismo. SEP (2010).

Esta nueva forma de enfrentar la crisis en la agricultura hace que tomen un lugar primordial otras actividades no agrícolas, como el turismo, en el desarrollo territorial rural, que actúa no sólo como generador de ingresos, sino también en la creación de empleos, mejoramiento de la calidad de vida de la población local y en la conservación de los recursos naturales. Juárez, José (2012), pp. 189-208

³ esanchezt@utvm.edu.mx ytapia@utvm.edu.mx ebotho@utvm.edu.mx

La promoción del turismo rural en México se da en dos vertientes. La primera es a través de la inversión del gobierno federal en programas de desarrollo turístico de carácter general, en el cual involucra de manera marginal al turismo rural. Ramírez, (2016).

El turismo rural es otra forma de realizar actividades fuera de la residencia del visitante, conociendo costumbres diferentes a las de su hábitat, Acerenza (2008) por ejemplo, habla del idioma hñahñu, elaboración de artesanías, etc., situaciones que hoy en día son destinos para realizar paseos, teniendo siempre en cuenta el cuidado de la cuestión ambiental. De ahí la importancia de ejecutar proyectos sustentables.

“Vida Rural”, tiene por objetivo revitalizar los recursos tangibles e intangibles de actividades cotidianas de los habitantes de la comunidad San Pedro Capula mediante demostraciones y talleres para sugerir alternativas de ingreso económico.

Se pretende: Tener mayores ingresos económicos. Preservar los recursos culturales, generar un impacto en cuestión de conservar y rescatar tradiciones a través de diferentes actividades cotidianas para la población de la comunidad. Vida Rural, fue elegido conforme a las características detectadas dentro de la comunidad de, municipio de Ixmiquilpan, Hgo.

Para efectos de este trabajo se le ha dado el significado a la palabra “Vida” a la forma de existir que tiene cada uno de los habitantes de dicho lugar, su cultura, tradiciones y creencias, por eso con la implementación de propuestas sustentables que hoy en día favorecen a grupos y que son una alternativa más para aprovechar los recursos que existen. A la palabra “Rural” se denota como significado la ejecución de dichos talleres tal como las artesanales, preparación y uso de medicina tradicional, danza del ixtle la cual es muy representativa y atrae a los visitantes. UTMV (2013)

METODOLOGÍA

El trabajo se estructura en tres fases:

Fase 1, Caracterización, en donde se presenta la recopilación de información de la comunidad, a través de visitas de campo y revisión de documentos. También en esta fase se realizó El diagnóstico comunitario se llevó a cabo mediante las siguientes acciones:

Reunión con la autoridad de la comunidad, (el director de la escuela acompañó para que se pudiera hablar con el delegado), en la misma reunión se le explicó que realizaría un diagnóstico para saber el punto de vista de la comunidad y que en la primaria se pretendía hacer una prueba piloto de Vida Rural

Reunión con personas de la comunidad a donde se les explicó primero que es un diagnóstico comunitario, se empezó a trabajar únicamente con el capital natural por la temática del proyecto y por los tiempos. Los capitales son los recursos que existen en la comunidad y que muchas veces por su cotidianidad no son valorados por los habitantes del lugar, pese a ser la base real de su desarrollo, se considera en este análisis el cultural.

a. Registro de lo obtenido en una tabla

Para mejorar la valoración de los recursos comunitarios se procedió al análisis de las vulnerabilidades, al mismo tiempo que se identificaron soluciones para disminuir los efectos negativos en su proceso, mismas que mencionan a continuación:

b. Registro nuevamente de lo obtenido en una tabla

Fase 2, Diagnóstico, aquí se presentan resultados de entrevistas no estructuradas a la Secretaría Municipal y a los habitantes de la comunidad de San Pedro Capula, municipio de Ixmiquilpan, Hgo.

Fase 3, Propositiva, muestra de las actividades rurales cotidianas de los habitantes en un primer momento a estudiantes del Programa Educativo de Turismo y en un segundo momento en la feria patronal del lugar.

Resultados y Discusión:

El municipio de Ixmiquilpan cuenta con suficientes ventajas competitivas para el desarrollo del turismo tales como: diversos atractivos naturales, culturales y de igual forma existe el espíritu de hospitalidad y servicio que caracteriza a la población, así como, su situación geográfica. También tiene la presencia histórica del pueblo hñahñu por tal motivo existe el Museo de la cultura Hñahñu, formado por documentos y exposiciones sobre la forma de vida antigua y moderna de los hñahñu.

La Dirección de Turismo municipal, indicó que muchos de los visitantes y turistas que llegan a Ixmiquilpan les gustaría aprender a elaborar las artesanías que se tienen e idioma en la región. Se ha observado que el Valle del Mezquital, urgen formas para darle prioridad a la cultura y no dejar que se pierda.

En la comunidad habitantes resaltaron que la mayoría de los jóvenes no quieren poner en práctica el conocimiento sobre el idioma otomí, elaboración de artesanías con Ixtle y se avergüenzan de su raíz.

Considerando lo anterior, en una reunión con habitantes de la comunidad, estudiantes del PE de Desarrollo Turístico Sustentable de la Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital, presentaron actividades de turismo rural, para llevarlas a cabo en la feria patronal de la comunidad de San Pedro Capula y fortalecer las costumbres y tradiciones de la localidad.

Actividades:

Taller de aprendizaje de otomí: Se impartió, vocabulario (palabras de cortesía, números, cosas, etc.), abecedario y canciones en el mismo idioma, frases comunes de saludo cordiales, preguntas sobre la importancia del idioma, entre otras cosas.

Taller de elaboración de artesanías: Se explicó sobre las principales artesanías del lugar, la elaboración del ayate de Ixtle a través de sus herramientas de madera, así como accesorios personales elaborados de semillas secas y algunos bordados a mano.

Taller de preparación y medicina tradicional: fue una exposición con el fin de mostrar los remedios caseros que pueden usarse para sanar molestias comunes, elaboradas con plantas medicinales conocidas en el Valle del Mezquital. Así como conversaciones referentes al tema.

Exposición gastronómica: mostrar platillos típicos de la zona que principalmente son elaborados con verduras o plantas que son cultivadas por las mismas personas, y su proceso no es complicado. De los cuales se pueden mencionar los golumbos, quelites, nopales, col enchilado, frijoles, flor de calabaza, entre otros.

Danzas más interesantes de la región. Además de que los visitantes disfrutaron de un huapango. Danza “El Ixtle”: Es una representación de cómo es extraído el Ixtle de la penca del maguey, proceso cotidiano que elaboraban nuestros antepasados ya sea para vender o tener en casa. Danza “Los Matlachines”, se bailaba con motivos de fiesta, se utilizan listones de colores los cuales tiene significado cada uno. Danza “La Virgen”, es en honor a la virgen, se suele bailar los 12 de diciembre. Se hace un incienso que es para purificar las ofrendas que se le dan a la imagen, en una canasta con flores y fruta. La vela representa luz, es decir, la entrega del alma en el camino de la vida.

Exposición de antigüedades: explicación de algunos artículos de origen Hñahñu que se conservan las personas que pueblan San Pedro, de las cuales se pueden mencionar un libro de la historia de San Pedro, Capula, el metate, herramientas para la elaboración de ayates, vasijas, entre otros

Los asistentes mostraron interés y se identificó mucha participación por su parte para llevar a cabo las actividades programadas.

Recomendaciones:

Mayor difusión para el rescate y reforzamiento de las tradiciones originarias, atrayendo a visitantes, que procure convertirlo en una fuente más de empleo para los habitantes contribuyendo al incremento de los bajos recursos con que cuentan. No olvidando reducir y/o mitigar al impacto ambiental que se genere a causa de la ejecución de proyecto.

Conclusiones:

Es claro que existen zonas marginadas en nuestro país, sin embargo, tienen mucho que ofrecer ya que son comunidades rurales que son ricas de costumbres y tradiciones, y la búsqueda de alternativas de ingreso para estos lugares por la necesidad de reactivar y fortalecer su economía.

Las comunidades suelen ocuparse en la mayoría al desarrollo de actividades primarias como la agricultura ganadería etc., lo que les ocasiona bajos ingresos y por consecuencia de ello la gente joven tiende a emigrar y el potencial humano disminuye.

Es común la falta de cultura turística para el trato y la recepción de los viajeros en los establecimientos, sin embargo, persisten el posicionamiento de la hospitalidad y la cordialidad que gracias a ello la región del Valle del Mezquital aun recibe turistas.

Por lo tanto, es importante la diversificación de lo producto o servicios que se otorgan en esta región, ya que las tendencias del turista lo exigen, por ello la creación e implementación de servicios de turismo rural o alternativo.

En la comunidad San Pedro, Capula, lugar de la implementación del Proyecto Vida Rural, no existen factores de incomodidad que pongan en riesgo la organización de dicho proyecto, por el contrario, los integrantes de la localidad tienen la disposición para aceptar el desarrollo de nuevas alternativas que permitan su crecimiento como pueblo.

Referencias Bibliográficas

- Acerenza, Miguel Ángel, Administración del turismo, conceptualización y organización. Ed. Trillas. México, 2008
- Juárez Sánchez, José Pedro; Galindo Vega, María Guadalupe Turismo rural y desarrollo territorial en espacios indígenas de México Investigaciones Geográficas (Esp), núm. 48, 2012, pp. 189-208
- López Aguilar, Fernando. 2012. Proyecto Valle del Mezquital. Informe inédito, México, Archivo de la Coordinación Nacional de Arqueología del INAH.
- Ramírez Valverde, B. (2016): «El turismo rural como complemento al desarrollo rural en zonas indígenas de México», en Scripta Nova, abril
- Secretaría de Educación Pública, Hidalgo 2010
- UTVM “Inventario de recursos naturales y culturales de Ixmiquilpan con potencial turístico” (2013)

CONSERVACIÓN DE LA COCINA ANCESTRAL DE LA ETNIA YAQUI

María Alejandra Trujillo, Mtra. Leda Escobar Quiroz

Palabras clave: Cocina ancestral, Yaqui, Compendio.

Introducción.

Antecedentes. El turismo a nivel mundial ha tenido una evolución, ha pasado de ser un turismo tradicional de masas a un turismo alternativo; donde se busca el contacto y respeto de los patrimonios tanto naturales, culturales e históricos; sin perder de vista el hecho de disfrutar de las visitas. Dentro de esta evolución en el turismo alternativo, se alcanza a distinguir tres tipos básicos de turismo, el rural, el ecoturismo y turismo de aventura (Ibáñez & Ivanova, 2012).

En donde el turismo rural, se puede definir de acuerdo a Toselli, (2006) como una práctica que revaloriza, recupera y rescata antiguos procesos, así como actividades, relacionados a la agricultura y ganadería, ayudando a preservar la memoria colectiva y la identidad local. Por lo que algunos autores como Montoya, (2003) exponen que el turismo rural, requiere para ofrecer un producto competitivo, de una oferta gastronómica, como elemento de identidad y diferenciación que permite vivenciar la actividad, por lo que es esencial su integración a la oferta.

Por otra parte, se puede mencionar que la cocina tradicional mexicana es en esencia enigmática, llena de simbolismo, su originalidad, en técnicas, productos y procedimientos hacen que en la actualidad se mantenga viva una cultura; es todo un modelo que va desde las actividades agrarias, práctica de rituales, comportamientos comunitarios y técnicas culinarias (UNESCO, 2017).

Para la Fundación Cultural Armella Spitalier (2008), la comida es un espejo de la fauna, el paisaje e historia del país, en donde no hay que recorrer los tianguis o mercados, para poder disfrutar del colorido, los aromas y sabores que se palpan en el aire. De igual manera, Escofet, (2013) destaca que el mundo culinario está lleno de costumbres y tradiciones, que son cambiantes de acuerdo al clima, la fiesta a celebrar o la etnia quien lo celebra. Lainez, (2015) y Navarrete (2008), exponen que la gastronomía es una herencia que se trasmite de generación en generación, por lo que en México es particularmente rico en diversidad al tener cuando menos 62 pueblos indígenas, que dan sustento y sentido de pertinencia a través de sus valores y sistemas sociales propios.

En el caso específico de Sonora, aunque existen comidas que son afines al resto de la población mexicana, como la tortilla de maíz y los alimentos picantes, se tienen opciones culinarias propias, como el consumo de la carne asada, las tortillas de harina de trigo, la carne seca y las coyotas; en donde se manifiesta la identidad y esencia sonoreense, una herencia apoyada en las diferentes etnias; Yaqui, Mayo, Seri, Pápagos, Kikapús, Pimas y Guarijós (Sandoval et ál., 2010; citado por Sandoval y Camarena, 2012).

En donde es preciso resaltar que la comunidad Mayo y Yaqui son las etnias más representativas del estado, tanto por el número de pobladores, como por la conservación de

su dialecto (INEGI, 2012 citado por Zárate, 2016), debido a esto se cree que es pertinente llevar a cabo acciones que ayuden a su rescate y conservación.

Planteamiento del problema: La gastronomía es parte de la cultura y atractivo de un lugar, específicamente es importante para brindar un producto de turismo rural competitivo, sin embargo, en la actualidad la cocina de etnias sonorenses ha quedado en el olvido, existiendo una escasa información sobre las recetas tradicionales.

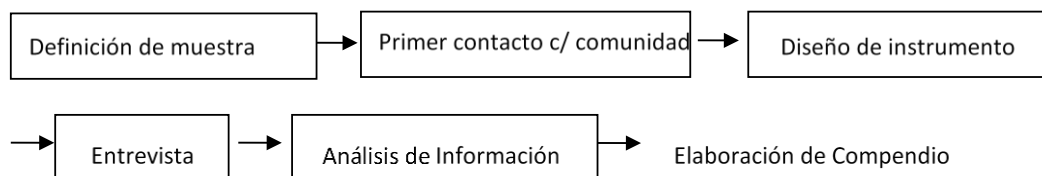
Sin embargo, el realizar una búsqueda de los platillos más representativos de todas las etnias sonorenses y unirlos en un compendio, es algo complicado de alcanzar en esta investigación, por lo que este trabajo se tendrá que limitar a la cocina tradicional de la etnia Yaqui, debido a la conveniencia del autor y disponibilidad de las etnias. Por lo que se piensa elaborar un compendio con los platillos ancestrales más representativos, de donde surge la siguiente pregunta de investigación ¿Cuáles son las recetas de los platillos ancestrales más representativos de la etnia Yaqui?

Objetivo: Elaborar un compendio de recetas ancestrales de la etnia Yaqui, mediante una investigación de campo, para contribuir a la preservación de la identidad cultural.

Justificación: Se tiene que la gastronomía es imprescindible para un producto de turismo rural, por lo que es indispensable su recuperación y valorización, como elemento diferenciador, donde los alimentos son una forma de expresión del lugar, en el cual la participación de la comunidad es valiosa para la conservación de las tradiciones y costumbres, por lo que es importante contar con fuentes de información sobre los platillos más representativos (Sánchez, 2010).

La elaboración de un compendio de recetas ancestrales sonorenses ayudará a la dinamización del turismo rural, al rescatar y conservar las tradiciones y costumbres de la etnia Yaqui, al brindar fuentes de información directa sobre su gastronomía, tal como lo mencionan Favila, López, y Quintero (2014), ya que un recetario es la identidad misma expresada en simbolismos, en utensilios, en técnicas creadas y en base a la historia de un lugar.

Metodología: Esta investigación es de tipo exploratoria, cualitativa, en una muestra tipo no probabilística, donde los sujetos de investigación fueron habitantes de la comunidad de Vícam, elegidos por conveniencia, en base a sus conocimientos culinarios ancestrales pertenecientes a la tribu Yaqui, usando como instrumento una entrevista y siguiendo el siguiente procedimiento.



Resultados: Los Yaquis son un pueblo indígena de Sonora, México, distribuidos en ocho pueblos; Córorit, Bácum, Torín, Vícam, Tótam, Huíribis, Ráhum y Belem, asentados a lo largo del río Yaqui, con más de 10, 000 habitantes. Estos pueblos tienen como festividades

y rituales las danzas: Del venado, de los Coyotes, del Pascola, de matachines, la danza de cuaresma y Semana Santa: los chaheyaca o fariseos (Magaña, 2010).

Además, cuentan con platillos que los identifican como; el café de trigo, atole de garambullo (fruto de cactácea), chicharrones de tejón, pozole de trigo, ostiones asados, albóndigas de liebre y patas de mula (almeja) guisadas con verdura, alimentos que cada etnia adapta y le da un toque distintivo (Red Nacional de Información Cultural, 2008). Como resultado de esta investigación se realizó un compendio del cual se muestra a continuación un resumen.

Platillo:	Duración:	Fecha de Elaboración:	Forma de Cocción:	Ingredientes
Kokovaqui (Carne con chile) 	80 min.	Novenarios, fiestas	Estufa de leña	Chile guajillo /Chile pasilla Carne de res/harina de trigo Papas/cebolla Manteca de puerco Ajo/ sal
Wakavaqui 	120 min.	Fiestas tradicionales de la comunidad	Leña	Hueso de res Ejotes/zanahoria Calabaza/garbanzo Elote/repollo/sal
Frijol con hueso 	150 min.	Platillo cotidiano	Leña	Frijol/ Chile verde Hueso de res Cebolla /ajo /sal
Kolachi (Calabazas con queso) 	45 min	Platillo cotidiano	Leña	Calabazas Queso fresco Mantequilla Granos de elotes
Papabagua(caldo de queso) 	45 min	Platillo cotidiano	Leña	Queso Papas Chile verde Tomate Cebolla/sal
Tortillas de harina 	45 min.	Platillo cotidiano	Leña/comal	Harina Manteca Sal Agua
Machaca frita 	20 min.	Platillo cotidiano	Leña	Carne machaca Tomate Cebolla Chile verde/aceite
Salsa de Agua Chile 	20 min.	Acompañante de otros platillos.	Molcajete	Chiltepín Cebolla Ajo Orégano /agua
Atole de leche 	60 min.	Peregrinaciones, velaciones, usualmente se bebe en invierno.	Olla de barro	Leche Harina Piloncillo Canela Clavo /agua

	10 min	Uso cotidiano	Leña	Cosahui Canela Agua Azúcar al gusto
	30 min.	Bebida cotidiana	Leña	Arroz/azúcar Canela/agua Hielo al gusto
	35 min.	Bebida cotidiana	Leña	Garbanzo Agua Azúcar al gusto
	120 min.	Cuaresma	Leña, olla de barro	Pan bolillo / pasas Cacahuates/ciruella pasa Plátano macho Manzana /piloncillo/tortilla Canela /agua
	120 min	Cuando es temporada de calabaza.	Leña	Piloncillo Harina Calabaza amarilla Leche
	2 días.		Leña	Tallo de biznaga Azúcar Agua

Conclusiones: Se pretende dar un reconocimiento a través del compendio a las familias que de generación en generación han resguardado las recetas tradicionales, lo que permitirá a su vez cuidar su identidad cultural, defender a la etnia de la globalización y servir como un elemento de promoción turística. La tribu Yaqui tiene una amplia gama de recetas ancestrales que se están perdiendo, en este compendio se observa una variedad de platillos, bebidas y dulces que son preparados por la etnia y aún se mantienen como tradición. Se recomienda para futuras investigaciones en la tribu, dar aviso a la comunidad del uso que se hará de la información, considerando que esta etnia aún mantiene en celo algunas de sus costumbres.

Referencias Bibliográficas

- Escofet , T. (2013). Importancia de la Gastronomía Prehispánica en el México Actual. CULINARIA Revista virtual especializada en Gastronomía, 23-36.
- Favila, H., López, M., & Quintero, B. (2014). La gastronomía tradicional del norte del Estado de México. El caso de Acambay. Sistema de Información Científica, 13-34.
- Fundación Cultural Armella Spitalier. (2008). Gastronomía Prehispánica en México. Tradiciones Heredadas. Mexico: Fundación Cultural Armella Spitalier.
- Ibáñez, R., & Ivanova, A. (2012). Medio Ambiente y Política Turística en México. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016, de Tomo I: Ecología, biodiversidad y desarrollo turístico:

- http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/fgm/Arts_Uso_y_Manejo/10_Biodiversidad_y_Turismo_INE.pdf
- Lainez, M. (2015). La gastronomía ancestral y su influencia en el Turismo cultural de la comunidad de Libertador Bolívar. La Libertad, Ecuador: Universidad Estatal Península de "Santa Elena".
- Magaña Ruiz, M. (2010). Diseño e impartición de curso a nivel primaria, sobre la danza del venado con la finalidad de evaluar el conocimiento cultural. Guaymas: Instituto Tecnológico de Sonora.
- Montoya, T. (2003). Dialnet. Obtenido de La Gastronomía Tradicional en el Turismo Rural: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2246738.pdf>
- Navarrete, F. (2008). Los pueblos indígenas de México. México, D.F.: D.R.
- Red Nacional de Información Cultural. (20 de Octubre de 2008). Sistema de Información Cultural. Recuperado el 27 de Febrero de 2018, de SIC: http://sic.gob.mx/ficha.php?table=gastronomia&table_id=66
- Sánchez, C. (24 de Febrero de 2010). Colombia Aprende. Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de [Colombiaaprende.edu.co: http://www.colombiaaprende.edu.co/html/estudiantesuperior/1608/articles218036_archivo_pdf2.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/estudiantesuperior/1608/articles218036_archivo_pdf2.pdf)
- Sandoval, S., & Camarena, D. (Abril de 2012). Coordinación de Desarrollo Regional, CIAD. Recuperado el 27 de Febrero de 2018, de Coordinación de Desarrollo Regional, CIAD: https://www.ciad.mx/archivos/revista-dr/RES_ESP2/RES_Especial_2_03_Sandoval.pdf
- Secretaría de Turismo. (Julio de 2017). DATATUR. Obtenido de Ranking Mundial de Turismo Internacional: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>
- Toselli, C. (2006). Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Obtenido de Algunas reflexiones sobre el Turismo Cultural: <http://studylib.es/doc/6629561/algunasreflexiones-sobre-el-turismo-cultural>
- UNESCO. (15 de Diciembre de 2017). La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán. Recuperado el 28 de Febrero de 2018, de [unesco.org: https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-culturacomunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400](https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-culturacomunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400)
- Zárate, J. (2016). Scielo. Región y Sociedad. Obtenido de Grupos Etnicos de Sonora: Territorios y Condiciones actuales de vida y rezago: <http://www.scielo.org.mx/pdf/regsoc/v28n65/1870-3925-regsoc-28-65-00005.pdf>

LA ANIMACIÓN TURÍSTICA COMO HERRAMIENTA EN LA CREACIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO RURAL

Lluvia del Carmen Gamboa Martínez⁴

Palabras Clave: Desarrollo sostenible, Inventario turístico, Producto Turístico, Turismo Rural, Animación Turística.

Introducción.

Antecedentes. La experiencia que se ha tenido en el ámbito del turismo abarca cuando menos tres áreas: la gubernamental, la docente y la de consultoría. Esta referencia no es menor para lo que tiene que ver con la investigación que se propone germinal en este momento, y de la cual se busca compartir algunos puntos iniciales. De 2008 a 2013 se trabajó en la Secretaría de Turismo del Estado de Durango, donde se tuvo la oportunidad de colaborar con la creación del pueblo mágico “Mapimí”.

Esta experiencia, en conjunto con la tarea como consultora, han permitido observar que en muchos de los estados de la república donde el programa “Pueblos Mágicos”⁵ tiene lugar, hay un desconocimiento teórico que sustente la puesta en práctica del desarrollo de productos turísticos, por lo que se convierte en un ejercicio de ensayo-error, ocasionando que emprendedores turísticos locales pierdan interés en invertir, desplazando esos recursos a otras actividades (muchas veces fuera del lugar original de inversión). Por otra parte, en el ámbito docente se ha podido observar que la preparación se dirige a los fundamentos teóricos del turismo, dejando de lado (salvo caso excepcionales) la puesta en práctica de esos fundamentos en ejercicios prácticos, es decir, la articulación de la teoría con la realidad actual que viven los estudiantes.

Finalmente, a partir de la experiencia en el intercambio docente en Marsella, Francia, sirvió para darme cuenta de cómo se integra la animación turística dentro de lo que se conoce como turismo social, donde el objetivo no es “matar” el tiempo del turista, sino generar un vínculo entre este y los animadores turísticos, quienes son seleccionados previamente con base en el segmento de mercado que recibe el lugar. Desde este punto de vista, se genera un ambiente familiar en los diferentes pueblos vacacionales pertenecientes a la VTF, lo que acrecienta la probabilidad de que los turistas regresen año con año, una vez que conocen la oferta de animación turística del lugar.

Resumen: El presente proyecto de investigación surge de la inquietud de mostrar una nueva forma de crear producto turístico en el ámbito rural en México, cuya lógica de construcción sea el desarrollo sostenible tal como lo entiende la OMT, es decir, *“una guía hacia la gestión de todos los recursos, de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integración cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”* (Organización Mundial del Turismo en Acerenza, M. 2013, p.13).

La intención es rescatar algunos elementos tradicionales sobre la manera de hacer turismo, utilizados actualmente por la Secretaría de Turismo, operadores turísticos, agencias de viajes

⁴ llgamboa3006@gmail.com

y guías; así como de algunos de los criterios del GSTC (Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC, 2013)). Partiendo de un inventario turístico local, se identifica la viabilidad por medio de un estudio, se determina la potencialidad del atractivo turístico y, con base en ello, se crea el producto turístico derivado del proceso previo. Lo original de la propuesta es que, independientemente de que el producto turístico sea una ruta o circuito, o bien de instalación, la animación turística emerge como el valor agregado que ayuda a satisfacer las necesidades del turista del siglo XXI, dando énfasis a sus factores de motivación, desde la sostenibilidad propuesta.

Planteamiento del problema: Es desde estas coordenadas que se plantea el problema al cual se acerca el proyecto de investigación sobre el que se está trabajando: la posibilidad de proponer un modelo de creación de producto turístico que trascienda la lógica del ensayo-error, y que se base en un marco conceptual teórico, por un lado, pero también en la realidad concreta que los pueblos rurales (específicamente los ya pertenecientes al programa “Pueblos Mágicos”) presentan en la actualidad, de tal manera que posibilite la integración teórico-práctica del proceso, cuyo valor agregado sea la animación turística y las posibilidades que esta presenta.

En la actualidad existe una multiplicidad de definiciones sobre lo que es producto turístico, dependiendo del momento y el lugar en que se desarrollan (Pérez, Guerrero y González, 2010, p. 12), sin embargo, podríamos retomar sólo tres para el tema que nos convoca. Una de las primeras es la que propuso Fabio Cárdenas en 1986, quien menciona que un producto turístico *“está conformado por bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista”* (Cárdenas, 2016, p. 17).

Por su parte, Miguel Ángel Acerenza (1993 en Pérez, Guerrero y González, op. cit.), quien desde una mirada conceptual dice que el producto turístico *“no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista... Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso”*. Finalmente, la última definición que ha propuesto SECTUR es de octubre de 2015, donde plantea que un producto turístico es un *“conjunto de componentes tangibles e intangibles que ofrecen beneficios capaces de atraer a ciertos grupos de consumidores, porque satisfacen las necesidades y expectativas relacionadas con su tiempo libre”* (Secretaría de Turismo, 2015).

A partir de estos conceptos se puede pensar que aquello que justifica el planteamiento de esta propuesta de investigación radica en que aquellos elementos tangibles (inventario turístico⁶) e intangibles (motivación y expectativas de los turistas (Hernández, 2015, pp.11-14)), en conjunto con un estudio de viabilidad del lugar, aporta un escenario integral en la construcción de productos turísticos, donde la animación turística juega un papel central en los mismos. Dicho de otra manera, este trabajo pretende crear una propuesta integral de modelo de desarrollo de producto turístico, donde –pensando en los pueblos mágicos, cada uno de ellos es diferente, cuyas características singulares se presentan como condiciones de posibilidad locales que adquieren sentido sólo para el lugar y quienes en él participan (desde el propio contexto).

En ese sentido se parte de dos hipótesis centrales. La primera es que la animación turística, entendida como la *“acción realizada en o sobre un grupo, una colectividad o un medio, con la intención de desarrollar la comunicación y garantizar la vida social”*⁷ tiene relevancia en la creación de productos turísticos en la medida que intenta dar respuesta a las motivaciones y expectativas de los turistas, específicamente en relación con las actividades de tiempo libre que los lugares ofertan. Y la segunda es que es posible crear un modelo integral de creación de producto turístico que articule las experiencias empíricas y los desarrollos teóricos existentes, de tal manera que sea factible de operar sobre la base del desarrollo sostenible.

Para ello, se plantean algunos objetivos que guían el ejercicio del trabajo:

- Analizar los programas gubernamentales desde una perspectiva crítica de su implementación.
- Identificar la importancia de desarrollar un producto turístico para un destino específico desde su contexto singular.
- Diseñar un modelo integral que sea viable a partir de elementos diferenciadores del lugar (en este caso de los pueblos mágicos).
- Contemplar la importancia de los estudios de capacidad de carga para mantener la sostenibilidad de los destinos turísticos, con base en el inventario turístico.
- Integrar la animación turística como una herramienta fundamental en la construcción del modelo de creación de producto turístico, con la finalidad de dar un valor agregado a lo que se realiza actualmente.

Metodología: La metodología que se busca seguir en esta investigación es de orden mixto, es decir, conjuntando elementos cuantitativos y cualitativos. Se entenderá que habrá particularidades cuantitativas al momento de diseñar el modelo de creación de producto turístico, toda vez que la implementación del mismo habrá de realizarse en un lugar específico; en el ideal, en un pueblo mágico de México. Por otra parte, una vez construido un producto turístico y operado, dicho de otra manera, puesto en práctica, se habrá de realizar un análisis de la viabilidad del mismo, así como su recepción por parte de quienes participan en él, desde los operadores hasta los propios turistas, lo cual dará una apreciación cualitativa al trabajo.

Al respecto, los sujetos que intervienen en la investigación van desde el comité de pueblos mágicos, prestadores de servicios turísticos, habitantes del lugar, cronistas, funcionarios e incluso turistas.

Al ser este trabajo un primer germen del diseño teórico-metodológico de la investigación, se entiende que habrá de precisarse con mayor puntualidad en un tiempo posterior, la forma de participación de cada uno de los sujetos mencionados, así como las herramientas a partir de las cuales se obtendrá información pertinente para la misma.

Por ahora, se adelanta que se contempla, por una parte, en investigación documental y de campo (en lo referente al modelo de creación de productos turísticos), así como la elaboración de entrevistas y encuestas para la parte del análisis de la operatividad del/los productos que deriven del modelo.

Resultados y Discusión: Partiendo del hecho de que esta investigación recién comienza, no se tienen resultados para compartir, sin embargo, sí se establecen líneas de discusión a partir de las cuales es posible ensanchar el campo argumentativo de la propia investigación, así como sus objetivos y alcances. Pensemos por lo pronto en tres de ellas:

La articulación entre los contenidos teóricos académicos y las propuestas de programas que operan en la actualidad en México, por ejemplo “Pueblos Mágicos”.

Dotar de un lugar central a la animación turística en la creación de productos turísticos, ya que actualmente se utiliza en mayor medida en el ámbito hotelero; por lo tanto, la idea es abrir ese campo a otras polaridades tales como recorridos, restaurantes, centros ecoturísticos, museos, casas de la cultura, etc.

La implementación de un modelo integral de creación de productos turísticos permitiría dos ejes que coinciden en los intereses de todos quienes participan en el turismo. Por una parte, dota de singularidad a cada destino turístico con base en sus características particulares y al mismo tiempo permite homologar una forma de construir producto, lo que potencia la calidad en los productos y servicios con base en una línea de acción.

Referencias bibliográficas

- Acerenza, M. (2013). *Desarrollo sostenible y gestión del turismo*. 2da. ed. México: Editorial Trillas.
- Cárdenas, F. (2016). *Producto turístico para el siglo XXI*. 3ra. ed. México: Editorial Trillas.
- GSTC, (2013). *Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos* (1 de noviembre de 2013). Recuperado de: <https://www.gstcouncil.org/wpcontent/uploads/2017/01/Spanish-GSTC-Dv1-1nov13-2.pdf> el día 1 de abril de 2018.
- Hernández, E. (2015). *Planificación turística, un enfoque metodológico*. Reimpresión. México: Editorial Trillas.
- López, E. (2016). *La Animación Turística*. En red: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/50-la-animacion3b3nturc3adstica-doceditado.pdf>
- Pérez, Y.; Guerrero, M.; González, J. (2010). *Procedimiento para obtener información y caracterizar comportamientos y determinantes individuales de elección de opciones turísticas*. En red: <http://www.eumed.net/librosgratis/2010a/655/Producto%20turistico.htm>
- Rojo, R. y Martínez, B. (2013). *Recursos turísticos: guía, información y asistencia turística, agencias de viajes y gestión de eventos*. Madrid, España: Editorial Paraninfo.
- Secretaría de Turismo. *Programa Pueblos Mágicos*. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos> el día 1 de abril de 2018.
- Secretaría de Turismo. Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turístico (2015). *Estrategia Federal de gestión de Destinos, Innovación y Desarrollo de Productos*. En red: http://www.sectur.gob.mx/PDF/participacion_ciudadana/mecanismo_participacion/5/3.1.3.%20Desarrollo%20de%20Productos%20oct15.pdf

SENDEROS INTERPRETATIVOS UNIVERSITARIOS, Y SU CONTRIBUCIÓN A LA CONSERVACION DE LA BIODIVERSIDAD

Mtro. Luis Carlos Canto Concha.⁵

Palabras Clave: Sendero Interpretativo, Conservación, Biodiversidad, Interpretación ambiental

Introducción.

Antecedentes. La educación ambiental es hoy una de las respuestas generalizadas a la crisis ambiental, que se manifiesta en una gran diversidad de problemáticas y desafíos que abarcan desde las comunidades locales hasta los ámbitos internacionales. Trata de convencer a las personas a dar valor al entorno y modificar actitudes para partir de realidades y necesidades, tomando en cuenta que gran parte de los problemas ambientales actuales son resultado de una cultura consumista que hace que los individuos se desarraiguen de la naturaleza.

Como explica la SECTUR (2014), los senderos interpretativos permiten el contacto directo de los visitantes con los valores sobre o en torno a los cuales se quiere dar un mensaje, el desarrollo de una temática o un tópico particular.

El gran reto que se tiene es de cómo cambiar los comportamientos de los individuos tan arraigados que dañan su salud y al ambiente. Actualmente no basta con informar y comunicar, se necesita dar ejemplo y testimonio de que se puede mejorar el medio ambiente desde los hogares, escuelas y espacios urbanos degradados.

También pueden servir de información de un mejor uso del suelo, aprovechando de una manera racional cada espacio y determinar si son aptos para la agricultura, ganadería, turismo, industria etc.

Para ello la educación ambiental tiene como herramienta educativa a la interpretación ambiental y a su vez reconoce que los senderos interpretativos son uno de los recursos más eficientes para provocar cambios de actitud en la sociedad, ya que a través de la interpretación se pueden dar a conocer procesos biológicos que se suscitan en un área determinada y su relación con la vida cotidiana de los seres humanos al hacer uso de los recursos naturales y espacios urbanos que conforman su medio ambiente.

Los senderos interpretativos son estrategias que pueden incidir en el cambio de comportamiento y decisiones de las personas que visitan un sitio natural u otros espacios urbanos como escuelas y parques municipales. (Vidal, 2006)

Las instituciones de educación superior, en su papel de formación y desarrollo de las potencialidades del ser humano en toda su extensión, han dirigido su atención a la promoción de los valores ambientales, a la investigación y actualización de temas ambientales, en la construcción del conocimiento y del impacto social a la luz de una concepción holística y compleja del ambiente. (Pellegrini, 2006)

⁵ lichocanto@hotmail.com

Este proyecto se desarrolla en la ciudad de Tekax de Álvaro Obregón, Yucatán, dentro de las instalaciones de la Universidad Tecnológica Regional del Sur, en la carrera de Técnico Superior

Universitario en Turismo, Área de Desarrollo de Productos Alternativos, como parte del desarrollo sustentable, la integración de principios de la sostenibilidad en los entornos educativos y de formación, transformación de los entornos de aprendizaje y generar cambios en los valores que contempla generar nuevas capacidades entre los educadores y formadores y multiplicar las iniciativas de educación para el desarrollo sustentable, sensibilizar a los estudiantes en el uso adecuado de los recursos, aprovechamiento del suelo para desarrollar actividades como siembra de árboles de la región, jardines botánicos, ornamentales y generar un espacio de interacción de la comunidad con la institución educativa. La “Declaración del Milenio” afirma que “no debemos escatimar esfuerzos para liberar a la humanidad, y sobre todo a nuestros hijos y nietos, de la amenaza de vivir en un planeta irremediamente deteriorado por las actividades humanas y cuyos recursos no sean nunca más suficientes para sus necesidades” (Gómez, 1990).

Cabe señalar que el proyecto se encuentra en su etapa de diseño de tal modo que los resultados que se esperan obtener se infieren de otros proyectos de similar naturaleza aplicados por otras instituciones en el país

Metodología: Inicialmente el área que ocupará el sendero se utilizaba para el tránsito peatonal dentro de la universidad y un espacio de acumulación de la basura natural de la universidad lo que propiciaba un criadero de mosquitos en épocas de lluvia y un deterioro al medio ambiente ya que para evitar la proliferación de los sancudos se quemaba la basura, provocando inconvenientes en los y las estudiantes y el profesorado.

La metodología que se ha implementado en el proyecto ha sido la investigación – Acción participativa (IAP) ha sido conceptualizada como “un proceso por el cual miembros de un grupo o una comunidad oprimida, colectan y analizan información, y actúan sobre sus problemas con el propósito de encontrarles soluciones y promover transformaciones políticas y sociales”, cuyo método analiza de manera amplia y profunda los problemas presentes en determinada comunidad o grupo social con el propósito de influir en su solución. Se caracteriza por la integración del investigador al grupo social en forma permanente y directa donde comparte sus inquietudes y necesidades, analiza y discute con sus miembros los problemas existentes, las prioridades y las estrategias a seguir para solucionarlos (Balcazar, 2003).

Uno de los grandes retos que se tenían era de transformar estos espacios en verdaderas áreas de educación ambiental, cambiar el uso del suelo para que sean aptos para la comunidad estudiantil, profesorado y en general para la comunidad. Mediante un proceso de planeación e investigación acción participativa coordinado con actores claves conformado por profesores, estudiantes, personal de apoyo, se determinaron las estrategias de acciones prioritarias, identificando las necesidades a cubrir: capacitación en medición de terreno, mejora de las condiciones de suelo, siembra de hortalizas y plantas, trasplante, riego, cuidados básicos de las plantas, control de plagas, ciclos de siembra, diseño de estructuras de producción vertical a partir de la utilización del mobiliario y equipo de desecho, instalación de áreas de descanso, botes de basura ecológicos.

Resultados y Discusión: Los senderos interpretativos dentro de las universidades constituyen una herramienta de trabajo para poder influir en el comportamiento, decisiones y hábitos de los estudiantes y personas que lo visitan ya que pueden entender que los espacios naturales del planeta funcionan como una unidad interconectada.

En el ámbito metodológico de la Educación Ambiental, los senderos interpretativos constituyen en la actualidad una importante herramienta de comunicación socio-ambiental, basada fundamentalmente en un proceso de comunicación (Máquez, 2018).

Las Universidades pueden apoyarse de los senderos interpretativos como verdaderos instrumentos que faciliten el proceso de enseñanza-aprendizaje en un ambiente natural, que permita la sensibilización, cambio de comportamientos y hábitos de los estudiantes y personas que lo visitan de una manera amena y entender la interconexión del medio y los individuos.

En la Universidad de Guadalajara, Jalisco en 2014 se construyó el sendero interpretativo “Semillas de vida” que hoy en día está reconocido como uno de los 146 centros por la Universidad de las Naciones Unidas a nivel mundial como parte del Programa de Educación Transformativa, del Centro Regional de Experiencias en Educación para la Sustentabilidad del Occidente de Jalisco.

Otros senderos los encontramos en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, en la Universidad Veracruzana (García, 2012) entre otros.

El presente proyecto aún no se concluye, se encuentra en la primera etapa que es la de diseño, pero se esperan obtener los siguientes resultados: cambiar el uso y manejo del suelo, es decir dejar de utilizarlo como un basurero y transformarlo en un espacio educativo e interpretativo. Educar en valores hacia una educación transformativa socio-ambiental que requiere la sustentabilidad. Capacitar y formar no únicamente a los estudiantes y profesores sino a los niños y las personas de la comunidad convirtiendo este un modelo a desarrollarse en otros ámbitos. Transformación del área que era destinada para el almacenamiento de materiales de desecho y de cacharros en un centro educativo visualmente atractivo desde la parte externa que invite a conocerlo. Desarrollar un programa de educación e interpretación ambiental dirigido a escolares y docentes de todos los niveles educativos del municipio y la región, que tenga un impacto más allá del ámbito educativo, debido a que puedan interesarse en conocer y recorrer el sitio personas de la sociedad civil y servidores públicos y motivarlos a replicar este tipo de espacios y de experiencias educativas en los municipios e instituciones.

Conclusiones y recomendaciones: En conclusión, los senderos interpretativos pueden constituir una estrategia educativa cuyo tema central es la importancia del suelo y su conservación, la instalación del sendero proporciona un mayor conocimiento sobre el uso, manejo e importancia de preservar los diferentes tipos de suelo debido a los impactos que se generan en él principalmente por actividades antropogénicas. Por lo que se recomienda la participación activa de profesores, estudiantes y comunidad en el diseño de los senderos de interpretación ambiental en las universidades, ya que la suma de esfuerzos contribuirá a la continuidad y comunicación de los beneficios que se obtendrán al contar con áreas naturales planificadas que contribuyan a la conservación de la biodiversidad. Incluir dentro de los programas educativos de la carrera de turismo, visitas y recorridos por el sendero, la preparación de profesionales comprometidos con el ambiente y la biodiversidad. Generar

ambientes educativos naturales que puedan contribuir a un cambio en el comportamiento y hábitos de los participantes en pro de la conservación de la biodiversidad.

Referencias bibliográficas

- Balcazar, F. E. (2003). Investigación acción participativa (iap): Aspectos conceptuales y dificultades de implementación. Fundamentos en Humanidades, IV (7-8), 59-77.
- Chumacero, M. G. (2018). SENDEROS INTERPRETATIVOS UNA ESTRATEGIA PARA LA CONSERVACION COMUNITARIA DEL PATRIMONIO ARQUEOLOGICO. RED MEXICANA DE ARQUEOLOGIA.
- García, R. S. (2012). Programas Municipales de Separación de Residuos para el Reciclaje. Casos exitosos en la construcción de sociedades sustentables. Veracruz, Veracruz, México.
- Gómez, d. S. (1990). Del desarrollo sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis. España, España, España.
- Máquez, H. L. (2018). Aula de Naturaleza Máquez..Obtenido de <http://auladenaturalezademaguez.com/senderos-interpretativos/>
- Pellegrini, N. (2006). Estado del arte de la educación ambiental en la docencia de la educación superior. Tópicos en educación ambiental, 5,14,36,51.
- Rojas, C. (05 de mayo de 2016). UNESCO.Org. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0007/000776/077649SB.pdf>
- SECTUR. (2004). Guía para el Diseño y Operación de Senderos Interpretativos Fascículo 5. México, México, México.
- Vidal, L. M. (2006). Los Senderos de interpretación ambiental como elementos educativos y de conservación en Venezuela. Revista de Investigación No. 59, 63.

SENDERO INTERPRETATIVO EN BICICLETA A SAN JOSÉ DE GUAYMAS

Marelin Mitzy Rodríguez Fimbres⁶, Miriam Rossana Ramírez López⁷; Oralia Pérez Orduño⁸.

Palabras clave: Sendero interpretativo, Ciclismo, Recreación

Introducción

Antecedentes. Los senderos interpretativos se definen como infraestructuras organizadas que se encuentran en el medio natural, rural o urbano para facilitar y favorecer al visitante. Es un pequeño camino o huella que permite recorrer con facilidad un área determinada, es una de las mejores maneras de disfrutar de un área a un ritmo que permita una relación íntima con el entorno, los senderos pueden ser de diferentes tipos, ya sea por su accesibilidad (pie, caballo, bicicleta), o por su funcionalidad (interpretativos, de excursión o de acceso restringido) (Firmani, C. & Tacón F. 2004)

Por tal motivo los senderos interpretativos se consideran como una accesibilidad que permite conocer a las dimensiones humanas a través de la aventura, ya que es el encuentro a la comunicación y conocimiento del hábitat natural en la óptica de aprender de los modos de vida de las comunidades rurales, entornos naturales, que cautivan y que persigue el turismo.

Planteamiento del problema. En el estado de Sonora existen senderos interpretativos diseñados con la finalidad de brindar a los visitantes actividades diversas de educación ambiental y de recreación, exhibición de flora y fauna, interpretación de especies en diversos puntos del recorrido, uno de ellos es el centro ecológico localizado en la capital de estado y otro de los senderos es El Estero del Soldado ubicado al noroeste de Guaymas siendo una reserva ecológica protegida con uno de los últimos humedales del Continente Americano, donde se realizan actividades como caminatas por la reserva, ciclismo, recorrido por el manglar en kayak y snorkel (buceo superficial).

Para el desarrollo del sendero interpretativo en bicicleta se propone San José de Guaymas, un ejido localizado en el Municipio de Guaymas en el estado de Sonora, hay 1088 habitantes y está a 7 metros de altitud, se encuentra a una mediana altura de 5 metros sobre el nivel del mar.

En la actualidad San José es un ejido con muy bonitos paisajes y naturaleza sin igual, entre las que se destacan los sahuaros gigantes entre otras especies protegidas que los pobladores no les toman mucha atención probablemente porque desconocen del valor que tienen en su entorno y las formas de generar actividades que provoquen el interés y la necesidad de promover su localidad, es por ello que se propone un sendero interpretativo en bicicleta con la finalidad de dar a conocer la flora, fauna e historia del ejido de San José de Guaymas.

⁶ marrodriguez_25@hotmail.com

⁷ miriamrossanar@gmail.com

⁸ oraliaapo@gmail.com

Justificación. El ejido San José de Guaymas, es el ejido más extenso del municipio de Guaymas, constituido con aproximadamente 15 mil 473 hectáreas en la ratificación agraria de 1947, fue el lugar donde se establecieron varias granjas avícolas pequeñas que poco a poco fueron desapareciendo. Para mediados del siglo XX se empezó a notar que los pozos se estaban salando y era cada vez más difícil la producción que se sostenían a base de la pequeña ganadería y un poco de agricultura, reconocido por la producción de cítricos, pero sin llegar a los niveles que en un día se alcanzaron en San José.

La población aumentó en las últimas décadas y el progreso ha llegado a esta comunidad; fue la precursora de Guaymas. En la actualidad se observa una transformación de San José, sus habitantes han diversificado sus actividades, existen mejores posibilidades de obtener una educación, las comunicaciones han mejorado y se puede esperar que el progreso llegue a este bonito y pintoresco rincón del estado de Sonora, (Pérez V. H. 2012).

Es por ello necesario la integración de diversas fuentes de ingreso que potencien el desarrollo del ejido, que permitan el disfrute de actividades al aire libre en entornos donde se fomente el respeto, cuidado y valoración de la historia y se promuevan sus recursos naturales y culturales.

Objetivo. Diseñar un sendero interpretativo que se realice en bicicleta de montaña, para conocer el ejido de San José de Guaymas, a través del disfrute de actividades, el conocimiento y aprendizaje de la historia y naturaleza del entorno.

Metodología. La investigación fue de tipo cualitativa, en donde el objeto de estudio fue el ejido San José de Guaymas, el proceso realizado un diagnóstico a la comunidad, las variables indagadas fueron, (inventario de atractivos, históricos, infraestructura), los instrumentos que se utilizaron fueron, ficha de inventario de atractivos naturales e históricos, lista de observación de las condiciones de la infraestructura.

Proceso para el diseño de sendero interpretativo, (Secretaria de Turismo, 2004).

- 1) Diagnóstico de la Región
- 2) Delimitación del área de estudio del sendero
- 3) Inventario de atractivos
- 4) Diseño del sendero

Resultado y discusión. En el municipio de Guaymas se caracteriza por vegetación que predomina es de mezquites, sahuaros y tipo matorral, la fauna predominante son sapo toro, tortuga de desierto, camaleón, víbora de cascabel, víbora chicotera, coralillo, venado cola blanca, jabalí, coyote, mapache, zorrillo, ardilla, ratón de campo, lechuza, tecolote cornudo, carpintero de Arizona, cuervo cuello blanco, etc. (Instituto Nacional de Estudios Geográficos, 2015).

En San José de Guaymas se encontró en el diagnóstico del circuito de sendero hechos históricos dignos de mención como la capitulación o rendición del conde Gastón de Raousset Boulbon en 1852 ante las tropas del general Blanco. En 1865 durante la Intervención Francesa y el Imperio de Maximiliano de Habsburgo, luego de que a finales de marzo de ese año, las tropas francesas al mando del general Castagny atacaron el puerto de Guaymas y los soldados republicanos comandados por el general Ignacio Pesqueira y el general Patoni tuvieron que retirarse hasta un paraje conocido como el valle de la Pasión, al norte de San José de Guaymas;

nació quien llegaría a ser Gobernador del Estado (1943-1948) y Presidente de la República (1932-1934), el general Abelardo Rodríguez Luján quien fue conocido como Abelardo L. Rodríguez, su casa se acondicionó como escuela primaria en el ejido, lleva el nombre de su mamá Petra Lujan, se cuentan historias de su infancia, vida y obra como legado.

En el diagnóstico realizado, se encontró un camino de terracería que conduce a San José que por sus características es adecuado para el sendero, lográndose identificar vegetación predominante de la familia de las cactáceas como: pitayo, sahuaro, seniata, choya; en árboles no mayor a 3 metros de altura jito, mezquite, guayacán, palo verde, palo blanco, torote y de enredadera el miguelito y calabaza de monte; el recorrido está diseñado para recorrer la distancia de 2 kilómetros 345 metros en tipo de terracería con un cruce de pavimentación hasta llegar a la iglesia del ejido de San José, el cual se muestra en el diseño siguiente:

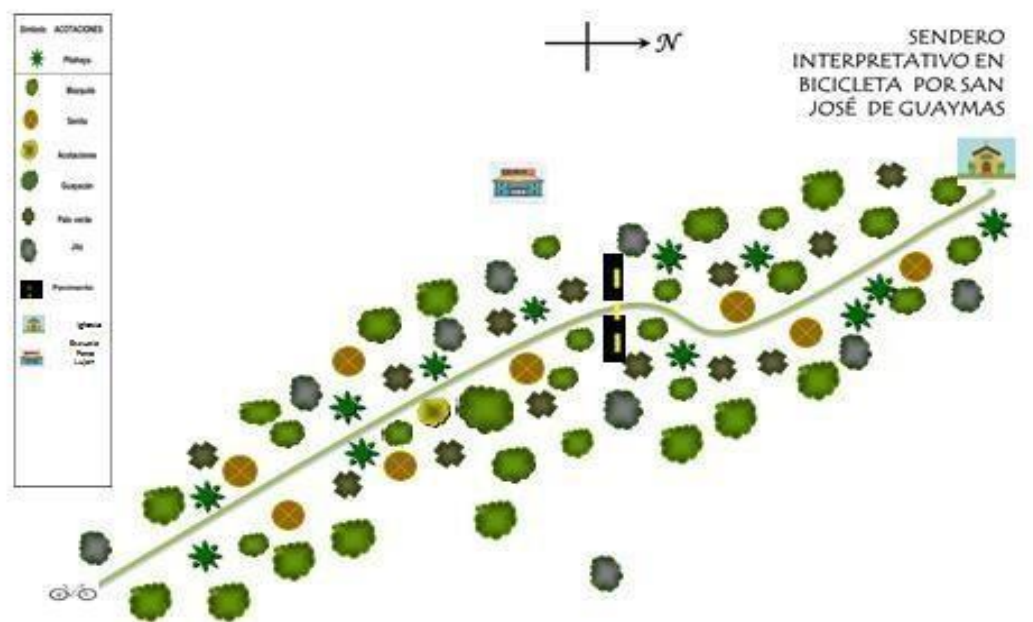


Imagen 1: Diseño de Sendero interpretativo a San José de Guaymas (Diseño Propio)

Conclusiones y recomendaciones. La evidencia que se presentó anteriormente demuestra que en el ejido de San José existe mucho potencial para atraer personas de fuera o inclusive de ahí mismo, como se mencionó anteriormente, existe mucha flora, fauna e historia que puede ser compartida para las personas que se interesen en este tipo de actividades aparte de que te dan un aprendizaje con experiencias saludables y divertidas.

Por ello se recomienda el sendero interpretativo en bicicleta de montaña para brindar a las personas locales o turistas que les gustan siempre conocer nuevos lugares, nuevas experiencias y nuevas historias disfrutando de actividades al aire libre.

Recorrer en bicicleta puede resultar ser muy bueno para la salud y a su vez es formar convivencia entre las personas, resaltando la belleza natural del entorno como es el ejido de San José. Esto ayudaría a mantener el lugar en mejor forma y más limpio.

Bibliografía:

Firmani, C. & Tacón F. (2004) Manual de sendero y uso público. (Recuperado Marzo 2018) de:

<http://repositorio.uptc.edu.co:8080/bitstream/001/1509/5/ANEXO%20B-2.pdf>

INEGI. (2015). Cuentame. Obtenido de Información por Entidad. Censo de Población y Vivienda. (Recuperado Marzo 2018) de:

<http://www.beta.inegi.org.mx/app/buscador/default.html?q=san+jose+de+guaymas>

Secretaria de Turismo. (2004). Guía para el Diseño e interpretación de Senderos interpretativos, Fascículo 5. (Recuperado marzo 2018) de:

http://www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/descargas/guardaparques/articulos/senderos_interpretativos.pdf

Pérez V.H. (2012). Buscadores de tesoros topos de Guaymas. (Recuperado Marzo 2018) de:

<http://buscadoresdetesoros-guaymassonora.blogspot.mx/2010/12/historia-antigua-de-san-jose-deguaymas.html>.

REVALORIZANDO EL PATRIMONIO GASTRONÓMICO, MEXQUITIC DE CARMONA, S.L.P: GORDITAS DE HORNO, UNA TÉCNICA ANCESTRAL

*Torres Sifuentes Lluvia Melina⁹, Acosta Acuña Swarajam Citlali¹⁰, López Martínez
Ofelia Guadalupe¹¹*

Palabras clave: Gastronomía, pulque, cultura, turismo rural, gordita de horno.

Introducción. Este proyecto busca colocar la importancia cultural reflejada a partir de la gastronomía en el municipio de Mexquitic de Carmona. Lo que se ha observado en los últimos años es un desapego a la cultura y tradición, ya que se ha diluido la esencia y el valor significativo de la gordita de horno colocada dentro de la identidad gastronómica, que originalmente surgió con la celebración del día de muertos (Jiménez Ramírez, Maria Leticia, 2009).

Justificación. Mediante este acercamiento se pretende colaborar en la conservación del trabajo artesanal que representa la elaboración de la *gordita de horno*, debido a que, con el paso del tiempo, dentro de la progenie observada en las familias, hay una transformación en el significado cultural de su elaboración, ahora transformado en algo cotidiano, de la mano de la comercialización como un elemento vital para la sobrevivencia de las familias del municipio.

Objetivo. Documentar la técnica artesanal de preparación de la gordita de horno, en Mexquitic de Carmona, para preservar y difundir esta tradición gastronómica representativa de varias comunidades del municipio.

Marco Teórico. De acuerdo con Meléndez Torres, J. M., & Cañez De la Fuente, G. M. (2009), las cocinas tradicionales regionales constituyen parte del patrimonio intangible de las sociedades y las comunidades, que son a su vez un elemento de identidad y una pieza fundamental de las economías regionales y locales y para ello se expone el caso de una comunidad rural inserta en un proceso de urbanización, siendo la tradición cultural de la gastronomía un elemento clave para revalorizar la economía local, al pretender tener un ingreso marginal que genere mejoras al interior de las comunidades.

Como lo menciona Jiménez Ramírez, M. L. (2014), las personas están buscando en el turismo rural nuevas formas de diversificación para el tiempo de ocio, la cocina regional tradicional contiene los saberes y prácticas rurales que complementan estas nuevas formas de turismo rural, constituyen un legado cultural y patrimonial; así mismo es en donde encontramos procesos de producción y apropiación patrimonial de un inventario gastronómico que se ha constituido como una respuesta o estrategia local a los impactos de la globalización, como una alternativa de ingreso económico marginal en las comunidades rurales.

Metodología. La metodología empleada en la investigación es: etnografía, como el método más popular para analizar y enfatizar las cuestiones descriptivas e interpretativas de un ámbito

⁹ torrezlluvia98@gmail.com

¹⁰ Swarajamacosta16@gmail.com

¹¹ Itsofeliamess@hotmail.com

sociocultural concreto Murillo, F. Javier; Martínez-Garrido, Cynthia (2010). Siendo este una forma de acercarnos al municipio de Mexquitic de Carmona considerando las variantes culturales que su gastronomía representa. En este caso se recurrió a la observación participante en el lugar donde se identificó a las personas clave que contribuyeran al fin de la investigación, se utilizó la entrevista semiestructurada y el diálogo con informantes clave, buscando la obtención de información necesaria de primera mano con las personas ya identificadas (Geilfus, Frans, 2009).

Resultados y Discusión. En la cabecera municipal de Mexquitic de Carmona, se observó la relevancia que posee la gordita de horno, al ser uno de los productos más demandados tanto por las personas que ahí viven como por los visitantes, compartiendo atención con otros productos gastronómicos locales.

Resalta la forma tan peculiar de comercio de este alimento, puesto que interviene el rol femenino de manera dominante al ser las que lo ofrecen al frente de la Iglesia de San Miguel Arcángel, en la plaza principal. Se caracterizan por tener a su lado un colote, con servilletas bordadas a mano para mantener el calor del alimento; siendo los colotes parte de la técnica artesanal conocida como cestería, teniendo la característica de ser anchos por la parte superior y angosta en la parte inferior, conservando los colores naturales del carrizo.

En el primer acercamiento se obtuvo el punto de vista de una señora de la localidad de Milpillitas en su papel de productora y vendedora mencionó llevar más de 15 años dedicándose a esta actividad, siendo este su principal ingreso económico, además de que ha trascendido y pasado de generación en generación, en el caso de ella.

Comparando con el ejido La Colorada, se visitó uno de los establecimientos más populares, donde se encuentran los hornos, muy característicos para la elaboración de las conocidas gorditas, aquí teniendo la variante de que la persona que inició con este negocio obtuvo los conocimientos de manera empírica, viendo a las señoras prepararlas.

En ambos casos se recupera la técnica original que guarda la preparación de la gordita de horno tan característica del municipio. El proceso inicia con los primeros pasos de la preparación del nixtamal desde un día antes, al dejar remojando el maíz con la cal, durante toda la noche, y así lograr que el grano obtenga un color más amarillizo. Las siguientes labores comienzan antes del amanecer, dejando hervir, hasta que llegue al punto deseado y concluir llevándolo al molino, o bien en el hogar hacer el molido del nixtamal para obtener la masa.

La forma de preparación original que caracteriza a la gordita de horno es batir la masa con manteca de cerdo y pulque; el primero un elemento adoptado por el pueblo mexicano después de la llegada de los españoles como parte de su dieta cotidiana, y el segundo, el pulque, un producto de origen prehispánico, el cual consiste en la fermentación de la savia del maguey, de acuerdo con Erlwein Stefanie, Mira Tapia José Roberto, Velasco Pegueros Alejandra, (2013), era considerado la bebida de los dioses, el cual resulta característico de la zona por la abundancia de la planta, tiene la función de hacer que la masa esponje, debido a la fermentación. Estos elementos caracterizan un valor único dentro de la cultura gastronómica regional, debido a que representa la combinación del mestizaje de los españoles en México.

Para la cocción se continúa con la tradición de utilizar los hornos que originalmente se construían con barro, el cual se prepara antes de que la masa quede terminada, con el fin de que guarde el calor necesario.

Los roles de género, se siguen manteniendo y son claramente identificados, las mujeres se ocupan de la preparación de los guisos y preparación de la masa para las gorditas y el hombre se encarga del trabajo sobre el horno, en cuanto a tener las brasas y mantener el calor al interior del horno, colocar y retirar las gorditas cuando estas llegan a su punto de cocción.

Sin embargo, entre las diferentes comunidades del municipio se observan diferencias en las formas de preparación, una de ellas es, al momento de batir la masa se le agregan diferentes elementos para lograr que esta esponje, otro elemento que resalta es la influencia religiosa, como un elemento arraigado desde el núcleo familiar, en donde para batir la masa, se emplean manteca vegetal y agua, evitando el uso de la carne de puerco y sus derivados. Además, se ha optado por introducir diferentes guisos como chiles verdes, chile rojo, frijoles, chicharrón, o piloncillo, siendo estos los más comunes.

Conclusiones y recomendación. Esta investigación en proceso, buscó generar la conservación y difusión de la historia y la técnica de la *gordita de horno*, el siguiente paso será el diseño de una ruta gastronómica, que revalorice la cultura y tradición de la gordita de horno, rescatando la procedencia de todos los elementos que influyen en la preparación y cocción, así como las variantes que existen dentro las comunidades, como un elemento gastronómico que identifica una expresión cultural regional, para favorecer el turismo rural alrededor de la capital potosina.

Referencias bibliográficas

- Erlwein, S., Mira, J. R., & Velasco, A. (2013). Proceso de elaboración del pulque, su importancia económica y concepción social en Apan, Hidalgo. *Ejercicios etnográficos, aprendiendo a investigar*. Ramos, RJL (Coord.). ENAH-CONACULTA.
- Geilfus, F. (2009). Diagnóstico, planificación, monitoreo y evaluación. 80 herramientas para el desarrollo participativo. 8va, e. San José, CR, IICA.
- González, R. O., Barquín, R. D. C. S., & Echeverría, O. (2016). Metodología para diseño de ruta alimentaria en Zacazonapan, México; desde un enfoque de turismo rural. *GRAN TOUR, REVISTA DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS*, (13).
- Jiménez Ramírez, M. L. (2014). Turismo rural y de la naturaleza como una alternativa de sustentabilidad en Mexquitic de Carmona, San Luis Potosí.
- Meléndez Torres, J. M., & Cañez De la Fuente, G. M. (2009). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 17(SPE), 181-204.
- Murillo, J., & Martínez, C. (2010). Investigación etnográfica. *Universidad Autónoma De Madrid*, 30.
- Rist, S., Boillat, S., Gerritsen, P. R., Schneider, F., Mathez-Stiefel, S. L., & Tapia, N. (2011). Endogenous knowledge: Implications for sustainable development.
- Van der Ploeg, J. D. (2010). *Nuevos campesinos, campesinos e imperios alimentarios* (No. 5). Icaria.

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE PARA NEVERIAS EN LA SIERRA DE CACOMA, AUTLÁN, JALISCO

Mtra. Hilda Guadalupe Ponce Curiel, Mtro. Edgar Ramón Silva Rubio

Palabras clave: Turismo rural, globalización, multifuncionalidad, esparcimiento, tiempo libre, planificación turística, sustentabilidad.

Introducción.

Antecedentes. Uno de los impactos importantes de la globalización, tiene que ver con la reconfiguración de las relaciones sociales y económicas entre los actores sociales en una determinada región (Gerritsen, 2008). Sin embargo, la globalización también ha ocasionado problemas en el campo mexicano, no solamente en su dimensión económica sino también en sus contextos sociales, culturales y productivos (Toledo, 2000).

Actualmente se establecen nuevos modelos de desarrollo para resolver problemáticas rurales, entre estas metodologías se identifica la multifuncionalidad que de forma transversal vincula el territorio, la economía, la política, la sociedad, etc. De esta manera se puede revalorizar desde los espacios locales las funciones tradicionales del campo, pero además favorece nuevas actividades como el turismo que según (Ploeg y otros, 2004) es una de las nuevas expresiones de la multifuncionalidad del campo mexicano.

El desarrollo del turismo ha tenido importancia en la economía y en la política internacional desde la segunda mitad del siglo XX, en nuestro país es una importante fuente de ingresos además de ser una opción de esparcimiento y uso del tiempo libre, en ese sentido se establecen básicamente dos tendencias, 1) el turista que disfruta en grandes infraestructuras del sol y la playa, y 2) las personas que deciden involucrarse con las comunidades rurales a fin de conocer su forma de vida, (Gutiérrez, 2006)

El presente estudio se desarrolla en un contexto de turismo rural sustentable en conjunto con un modelo de planificación turística en una comunidad del municipio de Autlán ubicada en la región Sierra de Amula del Estado de Jalisco, presenta los resultados de una investigación que se vincula con la práctica de las actividades turísticas en un entorno rural, se fundamenta en un análisis teórico, empírico cuyos ejes son el turismo rural, la sustentabilidad y la multifuncionalidad, incluye también la propuesta de un plan de desarrollo turístico para la comunidad rural de Neverías en la Sierra de Cacoma, Autlán Jalisco.

Metodología: De acuerdo con los objetivos planteados, se utilizaron los siguientes métodos básicos: inductivo, deductivo, analítico y sintético ajustándose a la necesidad que cada paso requirió o a la información disponible, para la utilización de cada método.

El método inductivo en esta investigación permitió, desde las entrevistas y encuestas personales, lograr generalizar comportamientos o aptitudes entre los actores de la actividad turística.

El método deductivo ayudó a ubicar proyectos similares, comportamientos y tendencias.

Con el método analítico y sintético permitió la aplicación del análisis FODA y el manejo de la información generada a nivel municipal, de la localidad y del sitio.

Buscando obtener información sólida se recurrió a técnicas directas como entrevistas y encuestas que proporcionaron experiencias e ideas sobre el proyecto y en ambas se utilizó la técnica de muestreo estratificado.

Resultado y discusión: Con base a la información proporcionada en el estudio de mercado, se definió el perfil del visitante para los diferentes productos turísticos que se plantean en este proyecto, en este caso se identificó a *campistas* quién es un turista que desea vacacionar en un espacio acondicionado para el alojamiento turístico mediante la ocupación temporal, con albergues móviles como son casas de campaña.

De acuerdo con la definición de Mathieson y Wall se considera el número máximo de visitantes que pueden usar un espacio sin una alteración del medio físico, a lo anterior se determinó que la capacidad de carga para el sitio de Neverías es de 333.

El proyecto se plantea con la oferta de cuatro productos turísticos. El primero constituye un espacio enfocado al excursionismo familiar, el segundo corresponde a la organización de campamentos estudiantiles, el tercer producto atenderá al turista que busque alojamiento en cabañas ecoturísticas, y finalmente el cuarto que consiste en el desarrollo de un recorrido turístico de la ciudad de Autlán de Navarro a Neverías.

Conclusiones y recomendaciones: Al ponerse en contacto con los ejidatarios, se descubrió una preocupación en temas ambientales que se reflejó en el estudio diagnóstico, de esta manera se identificó la tala clandestina como principal problema; los ejidatarios consideran que como consecuencia del incremento de visitantes habrá mayor vigilancia y por tanto menor saqueo de madera.

Los integrantes de la comunidad se muestran dispuestos a participar en el proyecto, sin embargo, poseen poca iniciativa y es evidente la falta de liderazgo en sus miembros; debido a que en la región hay poca cultura de planificación y que esta actividad es nueva para la comunidad genera desconcierto.

Se entabló comunicación con la presidencia municipal para la rehabilitación de caminos, ello representa una principal amenaza al proyecto, debido a que el camino tiene una pendiente muy pronunciada, curvas y el acceso se torna peligroso. Un indicador positivo es la propuesta de la comunidad de comenzar la construcción de una cabaña con recursos propios para detonar el proyecto.

La comunidad manifiesta interés por seguir participando en el desarrollo de campamentos, las personas que se integraron en la elaboración de alimentos, artesanías, fabricación de pan, renta de caballos y transporte se mostraron satisfechas por la aceptación y venta de sus artículos, solicitando que se desarrollaran este tipo de actividades con mayor frecuencia.

Con el fin de dar difusión de los atractivos turísticos de la zona, uno de los jóvenes de la comunidad del Jalocote a partir del 2013 crea una página de Facebook denominada “Ecoturismo El Jalocote” donde se publican actividades turísticas, culturales y parte del patrimonio natural de la Sierra de Cacoma, esto como parte de un proyecto de Ecoturismo a largo plazo, cumpliéndose uno de los objetivos de este proyecto, lograr que los jóvenes de la comunidad involucrados en la organización de los campamentos se empoderarán del proyecto.

Cabe señalar que el éxito y continuidad del proyecto no solo se dependen de la organización comunitaria, sino también del desarrollo humano de los participantes lo que les permitirá tomar una actitud positiva ante el cambio de actividades e incrementar su seguridad personal.

Referencias Bibliográficas

- Gerritsen, P. (2008). Globalización y desarrollo regional sustentable, algunas reflexiones teóricas. pp. 17-36 en Gerritsen, Peter y Enrique Flores (Eds) (2008), Globalización y desarrollo regional sustentable en la Costa Sur de Jalisco, Guadalajara, Universidad de Guadalajara.
- Gutiérrez, M. (2006) Diagnóstico del potencial turístico de la comunidad indígena de Cuzalapa municipio de Cuautitlán Jalisco, Tesis de Licenciatura, Autlán de la Grana, Jalisco. Departamento de Estudios Turísticos, Centro Universitario de la Costa Sur, Universidad de Guadalajara.
- Gutiérrez, M. y Gerritsen, P. (2011) Turismo rural sustentable, Estudio de caso de la Costa Sur de Jalisco. Universidad de Guadalajara, Departamento de Ecología y Recursos Naturales – Imecbio, Centro Universitario de la Costa Sur.
- Ploeg, J. (1994). Stules of farming: An introductory note on concepts and methodology, pp. 7-30 in Long Ann Jan Douwe van der Ploeg born from within. Practice and perspective of endogenous rural development, Assen, Van Gorcum Publisher.
- Ponce, H. (2015). Plan de desarrollo turístico sustentable para Neverías en la Sierra de Cacoma, Autlán, Jalisco. Zapopan: StaudegG Letras Académicas.
- Toledo, V. (1995). Campesinidad, Agroindustrialidad y sustentabilidad, los fundamentos ecológicos e históricos del desarrollo rural. Mexico City: Interamerican Group for sustainable development of Agriculture and Natural resources, report no. 3

EL DESCUBRIMIENTO A TRAVÉS DE LA CONSERVACIÓN DE LA RIQUEZA BIOLÓGICA EN RANCHO VALLEJO, NAYARIT

Agustín Partida Agüero¹², Profesor de Tiempo Completo de la carrera de Turismo de la Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas.

Palabras clave: Ecotecnias, Conservación, Naturaleza, Turismo Rural.

Introducción. Rancho Vallejo inició operaciones en enero del 2010, está registrado ante la (SEMARNAT, 2018) como una UMA, (Unidad de Manejo y Conservación de la Vida Silvestre), bajo el nombre de ARROYO HONDO, con clave de registro número UMA EX 0123 NAY, está ubicada en el Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit. En la falda de la sierra de Vallejo, guarida del Jaguar, una especie en peligro de extinción, construido en medio de árboles del tipo habilla o también conocido como jabillo, que crecieron en un radio de 10 hectáreas.

En ello, lo que prevalece en el Rancho Vallejo está bajo los cuidados y operación del Sr. Francisco Villa Peña, su esposa Luz Victoria Meda y su familia, donde ofertan los servicios de: Temazcal (es una medicina (terapia) ancestral, basada en la combinación del fuego, agua, canto, energía y espiritualidad y en contacto con la naturaleza, “la madre tierra”), restaurante de comida rural (Todos los insumos en el restaurante son locales o regionales y el capomo y sus productos también son resultado de la cultura alimenticia prehispánica, donde ahora el producto más usado es el café de capomo), camping, observación de aves, danza prehispánica, (se le llama así por su origen y su representación porque su técnica y contenido no se aprendió en una academia de arte sino a través del conocimiento heredado de padres y abuelos), senderismo y torre de observación.

Toda la operación está sustentada en una serie de ecotecnias, Donde el cuidado de los recursos naturales y el medio ambiente es una responsabilidad de la población en general y del gobierno, por tal motivo la Secretaría del Medio Ambiente del Gobierno del Estado de México, promueve y difunde técnicas alternativas o ecotecnias.

Las ecotecnias, de acuerdo a la (SMA, 2018) son técnicas que el hombre ha desarrollado a través del tiempo las cuales se caracterizan por aprovechar eficiente mente los recursos naturales y materiales, para dar paso a la elaboración de productos y servicios para la vida diaria.

En este sentido dentro del Rancho Vallejo se utilizan las ecotecnias como lo son: energía solar, baños ecológicos secos (es decir, no se producen aguas negras), se utilizan biofiltros para tratar aguas jabonosas, se tienen compostas y estufas patzary ahorradoras de leña.

Planteamiento del problema: Es insuficiente el apoyo para desarrollar, promover y diversificar el turismo rural en la región de Bahía de Banderas, Nayarit, en cuanto a planes y programas integrales, promoción y difusión entre las comunidades locales, lo que afecta considerablemente a la sostenibilidad de la actividad turística rural.

¹² apartida@utbb.edu.mx

Justificación de la investigación: Identificar la tendencia de participación entre los visitantes locales, nacionales y extranjeros hacia las actividades de turismo rural en Rancho Vallejo, Nayarit.

Objetivo: Contribuir a la promoción, conservación, desarrollo económico y el manejo adecuado de la biodiversidad presente en el Rancho Vallejo, a través de la participación activa de los visitantes locales y nacionales, fomentando con ello una actividad turística sostenible.

Metodología: El diseño de la investigación es de tipo enfoque cuantitativo, donde (Gómez, 2006), menciona que recolectar los datos es equivalente a medir., Los métodos utilizados fueron: la observación, encuestas, y entrevistas, teniendo como fuente primaria las entrevistas a los propietarios del Rancho Vallejo, así como también la aplicación de las encuestas a los visitantes, (Grasso, 2006) menciona que la encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener información de personas.

Procedimiento: Se llevaron a cabo 8 visitas al Rancho Vallejo, programadas durante los meses de noviembre del 2017 al 31 de enero del 2018, de las cuales se tomó una muestra de **35** encuestas aplicadas a visitantes. Cabe señalar que de acuerdo a información proporcionada por (Peña, 2017) se menciona que en lo que respecta a los servicios de temazcal, se tienen registros que asisten a este servicio un promedio total de 50 personas por mes, para los servicios del restaurante, se tienen registros que asisten en promedio 100 personas por mes, al servicio de camping se registran en promedio 30 personas en promedio por mes, el servicio de danza prehispánica 60 personas en promedio por mes, observación de aves 5 personas en promedio por mes.

Así como también en lo que respecta a la temporada que más visitantes se tienen son: de los meses de noviembre a junio, y la temporada que menos visitantes se tienen en el Rancho Vallejo son: de los meses de julio a octubre de cada año. Se puede clasificar que cada año se estiman del 100% de los visitantes al Rancho Vallejo, el 15% son visitantes locales, el 30% visitantes nacionales y con el 55% visitantes extranjeros.

El instrumento que se utilizó fue el siguiente:

Resultados de la aplicación de encuestas y su discusión:

Según (Preval, 2013), en su libro “Lineamientos metodológicos para la incorporación del enfoque de género en la evaluación de los proyectos nos dice que los indicadores son indicios de otras variables más generales o todo un suceso cuya ocurrencia podemos concluir más o menos con probabilidad que el fenómeno que nos interesa y estos son importantes dado que se refieren a aspectos generales que no pueden observarse directamente.

RANCHO VALLEJO					
Hoja de comentarios/ comment's sheet					
Instrucciones: Conteste como usted crea conveniente/Answer as you see fit.					Folio: 001
<ul style="list-style-type: none"> Por favor dedique el tiempo para completar esta encuesta/Place take a momento to answer this survey. La información que o proporcione será utilizada para mejora de nuestros servicios/ The information you provide will be use to improve our services. 					Fecha/ Date:
1= Excelente 2= Bueno 3= Regular 4= Malo 5= Muy malo					
Nombre:					
No.	La empresa en General	1	2	3	4
1	¿Considera apropiadas las instalaciones del Rancho?				
2	¿Qué le pareció el ambiente generado en el Rancho?				
3	¿Cómo calificaría el servicio ofrecido durante su visita?				
Servicios y Actividades					
4	¿Que le pareció la información proporcionada?				
5	La actividad/servicio cumplió con sus expectativas.				
Información adicional					
6	¿Recomendaría usted Rancho Vallejo/ Would you recommended the Vallejo Ranch?				
	¿Por qué/ Why?				
7	¿Como se enteró de nosotros/ How did you find out about us?				
8	¿Qué nos recomendaría para mejorar/ How cant web better?				
9	¿De donde nos visitas/ Were are you from?				
10	Correo electrónico/ e-mail.				
Gracias por contestar la encuesta/ Thanks four answer the questions					
Siguenos en/ Follow us on					
www.ranchovallejo.com.mx					

En este sentido, a continuación, se señalan los hallazgos identificados del total de 35 visitantes encuestados durante el periodo comprendido del 17 de noviembre del 2017 al 31 de enero del 2018, el análisis de los resultados son: los hallazgos señalan claramente la tendencia en cuanto al número de visitantes y su origen, siendo que en noviembre: de los 10 visitantes encuestados, 1 fue local, 3 Nacionales y 6 fueron extranjeros. En diciembre: 15 visitantes encuestados de los cuales, 0 local, 2 Nacionales y 13 extranjeros y finalmente en enero: 10 visitantes encuestados de los cuales, 0 local, 1 Nacional y 9 Extranjeros. En este sentido, representa un alto porcentaje de participación por parte de los extranjeros hacia este tipo de actividades de turismo rural. Es por ello que la pregunta que arroja la investigación es: ¿Cuál es el motivo por el cual los visitantes locales y nacionales no aprovechan para visitar este tipo de lugares que ofertan actividades de turismo rural?.

Conclusiones y recomendaciones: Es necesario desarrollar un programa dirigido a los visitantes locales y nacionales, en el cual se busque una participación activa para el descubrimiento y promoción de las ecotecnias, y los diferentes servicios que se ofrecen dentro de un entorno natural y protegido. Es recomendable dar un seguimiento a la investigación para determinar los motivos por los cuales los visitantes locales y nacionales tienen poca participación en este tipo de actividades naturales. Así como también se recomienda que se den a conocer este tipo de productos turísticos en futuros congresos como lo es (Rural, 2018), tianguis culturales, etc, lo anterior para efectos de promoción y educación ambiental para todos los alumnos de los diferentes niveles educativos del país, de acuerdo con (niveles, 2018).

Referencias bibliográficas:

- Gómez, M. M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.
- Grasso, L. (2006). Encuestas. Elementos para su diseño y análisis. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.
- niveles, E. p. (22 de 1 de 2018). *Secretaría de Educación Pública*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/educacion-por-niveles?state=published>
- Peña, F. V. (28 de 11 de 2017). Representante / propietario de Rancho Vallejo. (A. P. Agüero, Entrevistador)
- Preval, F. (2013). *Lineamientos metodológicos para la incorporación del enfoque de género en la evaluación de los proyectos*. Venezuela: Lica.
- Rural, 4. C. (12 de 01 de 2018). *Universidad Autónoma de San Luis Potosí (Zona Huasteca)*. Obtenido de <http://www.uzh.uaslp.mx/4CITUR2018/convocatoria>
- SEMARNAT. (15 de 01 de 2018). *UMA (Unidades de Manejo para la Conservación de la Vida Silvestre)*. Obtenido de <https://datos.gob.mx/busca/dataset/uma-unidades-de-manejo-para-laconservacion-de-la-vida-silvestre>
- SMA. (14 de 3 de 2018). <http://sma.edomex.gob.mx>. Obtenido de http://sma.edomex.gob.mx/cuidaelmedio_ecotecnias

DISEÑO DE PLATAFORMA TECNOLÓGICA PARA LA DIFUSIÓN DEL INVENTARIO TURÍSTICO

García Jiménez Citlalli¹³, Gómez García Elizabeth, Olguín Martín Nayeli

Palabras claves: Innovación, información, plataforma, turismo.

Introducción. En el mundo y en México una de las principales actividades económicas es el turismo, por eso es importante brindar información veraz, adecuada, actualizada en los sitios web ya que los turistas utilizan las tecnologías de información y comunicación para tomar una decisión acerca de los lugares que van a visitar.

La información que ofrecen los módulos virtuales de algunas entidades federativas que tienen el distintivo de Pueblo Mágico no están al día; al momento que los visitantes lleguen a los destinos elegidos, el lugar no cumple con las expectativas creadas en el instante de la consulta virtual, es por ello la creación de “Tour- Life” que es una plataforma tecnológica para la difusión del inventario turístico.

Metodología. Esta etapa metodológica se realizó por medio de una investigación cualitativa y de campo enfocada a comprender los cambios tecnológicos y sociales desde un enfoque de la Ingeniería en Administración explorando la perspectiva de los usuarios y clientes en un ecosistema natural y en relación con su contexto, al examinar a los individuos se permitió profundizar en sus distintas ópticas, interpretaciones, significados, gustos, creencias, tradiciones, culturalidad, comportamientos, dialectos, entre otras, sin embargo dicha investigación cualitativa es inductiva se necesitará conocer con mayor profundidad el objeto de estudio; con dicha herramienta de investigación se obtendrá la aprobación de la presidencia municipal, en esta primera etapa se presenta solamente en el Municipio de Huichapan dentro de la Región del Valle del Mezquital en el Estado de Hidalgo.

Se efectuó un grupo de enfoque, tomando como muestra 8 turistas de ambos sexos, de un rango de edad de 25 a 65 años para determinar el impacto que genera en ellos, otra herramienta es la entrevista con expertos la cual se llevó a cabo para continuar con el desarrollo del proyecto.

“Tour-Life” se pretende sea una plataforma tecnológica que brindará información de los destinos turísticos conocidos y también de los pocos visitados, así como su cultura, historia, tradiciones, costumbres, información geográfica, entre otras; el cual dicha información se presentará en: castellano, inglés, otomí y un plus el cual es el dialecto bi-modal, agregando recorridos virtuales en 3D para lograr con esto un incremento en el turismo y la economía del Pueblo Mágico. La implementación de diversas herramientas tiene como fin beneficiar a la región para atraer turistas con el objetivo de tener una estancia satisfactoria.

Para que dicha herramienta tecnológica funcione se requerirá entre otros accesorios: la licencia del software Unity el cual permitirá realizar los recorridos virtuales en 3D, software de gratuidad como son: Atom, Xampp y Bostrapp, mediante los cuales se hará uso de códigos

¹³ Ingeniería en Administración, Instituto Tecnológico Superior de Huichapan, El Saucillo Huichapan
Hidalgo 5021160@iteshu.edu.mx

que permitirán la ejecución de la plataforma y el dominio web.com.mx que determinará el acceso a la plataforma, 2 computadoras de escritorio marca HP 4GB en RAM procesador 6ta Generación y una cámara fotográfica marca Cannon con resolución de 20 megapíxeles. Se implementará Metodología de software Scrum la cual es flexible para gestionar el desarrollo de la plataforma, cuyo principal objetivo es maximizar el retorno de la inversión, así como construir la funcionalidad de mayor valor para el cliente y en los principios de inspección continua, adaptación, auto-gestión e innovación que se realicen de acuerdo a las sugerencias obtenidas por los usuarios.

Resultados y discusión. A partir del grupo de enfoque interrogado se generó una perspectiva real de lo que espera el usuario al dar clic en la página mientras que en la entrevista con expertos se pudo analizar el pensamiento del posible usuario y cómo genera ideales diferentes en una página suficiente o insuficiente, es decir aquellas que no contienen las herramientas necesarias para impactar en primera estancia al usuario.

A través de estas herramientas permitió tener una visión más amplia para crear algo concreto pero satisfactorio y a partir de las diversas aportaciones de la muestra se confirmó que la implementación de diversos idiomas es una estrategia correcta ya que permitirá ampliar el mercado de la página contemplando diversas facultades de los clientes y usuarios, el uso excesivo de información en cada uno de los menús podría perjudicar ya que la mayoría de las personas solo quieren encontrar lo que buscan de manera clara, precisa y concreta, los recorridos virtuales es una pieza fundamental para despertar el deseo de asistir de manera física a los lugares y con respecto a la implementación de la aplicación móvil para las entidades económicas se obtuvieron los comentarios que esta será una herramienta adecuada siempre y cuando los clientes introduzcan información veraz pues de no ser así esto dejara una perspectiva negativa tanto del pueblo mágico como de la plataforma .

Con base a las estimaciones realizadas el plazo de recuperación de inversión asciende a \$129,532 tomando como periodo 3 años y una utilidad de \$1,433,114 teniendo como resultado un tiempo de retorno de 8 meses en promedio.

“Tour-Life”, contará con competencias indirectas de las cuales se pretende encontrar una diferencia que beneficie a la plataforma. En el análisis de las competencias realizadas a páginas con peculiaridades parecidas encontramos las siguientes:

- TourMedia: Brinda un conjunto de servicios similares a los de “Tour-Life”, el recorrido virtual de espacios naturales, galería e información en castellano.
- INAH: Cuenta con cuatro de las características con las que contará nuestro proyecto, ofrece el recorrido virtual en 3D, información en inglés y castellano, así como una galería que pretende dar a conocer áreas naturales de un determinado lugar.
- AMTAVE: Brinda información a los clientes de un rotundo lugar mediante información en castellano y una galería extensa de espacios turísticos.
- WILD WITHIL: Cuenta con servicios vía internet similares a los de “Tour-Life”, brinda información en castellano, inglés, galería y un recorrido virtual en 3D.

Dentro de visualización de la estructura de la plataforma tecnológica se desarrollaron los siguientes sketch Flow:

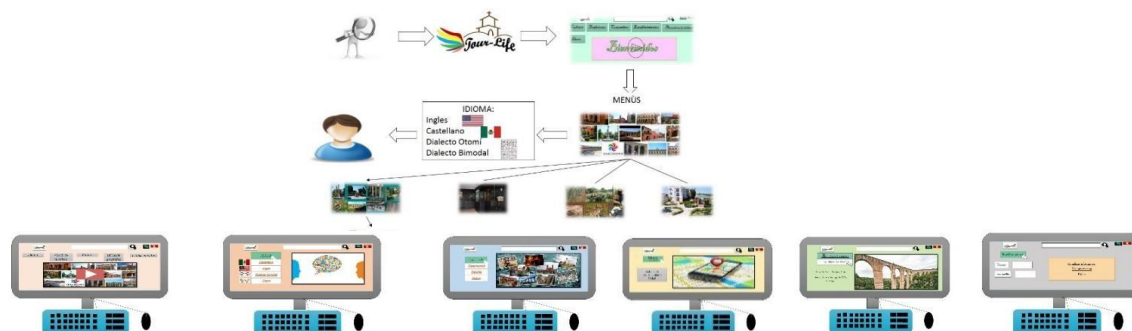


Ilustración 1: Representación de la funcionalidad.

Conclusiones y Recomendaciones

Con la información obtenida a través de la aplicación de las diferentes metodologías a lo largo del desarrollo del proyecto se identificó la viabilidad de la creación de “Tour-Life”, así como promover la curiosidad por parte de los turistas para asistir de manera física a la entidad explorada virtualmente generando el aumento del turismo y una derrama económica.

Referencias bibliográficas

- (2016). Obtenido de www.inegi.org.mx
- Campos, J. A. (2010). *Fundamentos de investigacion para estudiantes de ingenieria*. Mexico: Trillas.
- Frida Gisela Ortiz Uribe, M. d. (2012). *Metodologia de la investigacion El proceso y sus tecnicas*. Mexico: Lumisa.
- Galicía, L. F. (2014). *Metodologia de la investigacion*. Mexico : Trillas.
- Hernandez, G. M. (2013). *Como investigar tecnicas documentales y de campo*. Mexico: Edere.
- Lara Flores, E., & Lara Ramírez, L. (2012). *Primer curso de contabilidad*. México: trillas.
- Lledò, P. (2013). *Administracion de proyectos*. Canada: UCI.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Turismo, S. d. (05 de 2016). Resultados de la actividad turística. Obtenido de www.datatur.sectur.gob.mx

EL DESARROLLO LOCAL ENDÓGENO EN LA COMUNIDAD RURAL DE SAN PEDRO HUITZQUILICO (MÉXICO). CASO SOBRE LÍNEAS DE ACCIÓN ENFOCADAS AL AGROTURISMO

Dr. Cesar Javier Galván Meza¹⁴, Lic. Elva Yadira Castillo Peña¹⁵

Palabras Clave:

Desarrollo endógeno, Agroturismo, Revalorización, Resistencia, Adaptación

Introducción.

Este documento ha sido elaborado al margen de los trabajos de investigación de una tesis doctoral, la cual sustenta las posibles líneas de acción que determinen el potencial local (endógeno) y sus limitantes, en su interacción con los elementos globales (exógenos) que puedan sustentar un desarrollo local equilibrado y sostenible, favoreciendo el cuidado de la cultura y recursos naturales, en la comunidad rural indígena náhuatl de San Pedro Huitzquilico, en la zona Huasteca de San Luis Potosí.

Uno de los principales retos es contribuir al conocimiento científico para las zonas rurales del país, mediante la IAP observar fenómenos empíricos de esta comunidad rural indígena, sobre sus costumbres y tradiciones inmersas en una de las zonas más excluidas y alejadas del estado de San Luis Potosí, ahí donde abunda el desencanto de políticas direccionadas desde un gobierno vertical, mismo que no ha logrado atender y proponer alternativas factibles para su desarrollo acordes a su realidad, en donde se necesitan estrategias alternas que den esperanza para tener mejores condiciones de vida.

Justificación.

La zona rural indígena de San Pedro Huitzquilico comprende un total de 1670 hectáreas, está considerado como una comunidad indígena náhuatl, está situada 15 kilómetros al norte de la cabecera municipal de Xilitla en el Estado mexicano de San Luis Potosí, según cifras oficiales existe un alto nivel de marginación social, pobreza extrema de al menos el 80 por ciento de su población y un elevado rezago social.

Por su parte el Estado mexicano ha provisto establecer políticas compensatorias para revertir esta situación de los pueblos indígenas, mismas que han sido enfocadas a lo que ha denominado turismo rural, en donde el propio Estado ha sido el encargado de guiar y promover el desarrollo de esta actividad, para que sea un incentivo viable de la actividad económica, marginal a la agricultura.

El desarrollo de este documento se sustenta en la viabilidad económica, social y ambiental, encaminada a encontrar las líneas de acción para detonar sus potenciales endógenos,

¹⁴ Profesor de tiempo completo del Tecnológico Nacional de México, Campus San Luis Potosí, correo: cgalvanme@yahoo.com.mx

¹⁵ Profesor de tres cuartos de tiempo del Tecnológico Nacional de México, Campus San Luis Potosí, correo: bucmat@yahoo.com.

promoviendo su cultura, medio ambiente, costumbres y recursos naturales, como una oferta de recreación no concentradora, más bien de pequeña escala, sustentada en la organización social local, siendo un instrumento para la democracia de la economía local, para la inclusión y diversificación de los diferentes actores locales.

Metodología.

Para ello se eligió como metodología la investigación acción participativa como elemento necesario para formular la amalgama de nuevos saberes hacia el desarrollo local endógeno en la comunidad.

Resultados y Discusión.

A partir de este análisis se establecieron los comités de seguimiento nombrados recientemente por la asamblea ejidal, con la representación de los diferentes grupos sociales de la comunidad favoreciendo la inclusión y la legitimidad del proyecto, lo que da certidumbre a lo establecido en el análisis FODA, estos comités se integraron respetando lo estipulado por la Ley Agraria.

A partir de la implementación de tarjetas participantes¹⁶ que sirvieron de guía para la elaboración del análisis local, se estructuró con los miembros de la Comisión de Seguimiento, las posibles consecuencias que el agroturismo podría tener en la comunidad, es decir, que desde una mirada multidisciplinar se elaboró un flujograma en el que se identificaron las posibles repercusiones en lo cultural, social, político y ambiental, tanto negativas como positivas en torno a tomar decisiones importantes sobre el agroturismo y sus actividades locales.

La matriz de definición de responsabilidades es un instrumento que identifica las tareas, cómo, y quiénes pueden y/o deben hacerlo, es decir, por ejemplo, en cuanto a la recepción de turistas, se requiere tener cierta capacitación técnica enfocada en los servicios; esa capacitación no puede ofrecerla los propios miembros de la comunidad, entonces es necesario definir en esta matriz quién será el que puede hacerlo (Secretaría de Turismo, Oficina de Turismo Municipal, ONG) y a partir de ello, quién lo puede gestionarlo.

A continuación, se muestra la forma en que se llevó a cabo el análisis para la formulación de las estrategias de desarrollo en las dimensiones del agroturismo y café orgánico.

Tabla 1 La dimensión del agroturismo, sus variables y criterios de evaluación

¹⁶ Herramienta metodológica para enriquecer la IAP, que sirvió para escuchar a las personas de la comunidad. De acuerdo con Gerritsen (2016), las tarjetas participativas son un método de discusión grupal basado en la lluvia de ideas y técnicas sencillas de visualización que buscan sistematizar el diálogo entre grupos de personas.

Dimensión	Variables	Criterios de evaluación
El desarrollo local endógeno: estructurado desde el potencial para desarrollar el agroturismo, promovido desde la localidad en articulación con los actores sociales locales y exógenos	Sitios naturales	1. Caminos pintorescos 2. Cuevas y sótanos 3. Observación de flora y fauna 4. Montaña 5. Terrazas de cultivos 6. Ríos y/o nacimientos de agua
	Folclor	1. Artesanías 2. Creencias populares. 3. Comidas típicas 4. Danzas 5. Leyendas 6. Manifestaciones religiosas 7. Mitos
	Monumentos culturales	1. Sitios con información de hechos históricos 2. Vestigios de Ruinas 3. Sitios arqueológicos
	Actividades agropecuarias	1. Sitios de interés para observar la agricultura tradicional 2. Sitios de interés para observar la agricultura comercial.
	Cohesión social local	1. Capacidad de agruparse en comités para integrar comisiones. 2. Conformación de grupos multifuncionales para buscar estrategias locales al desarrollo.
	Articulación con programas exógenos de apoyos a la comunidad	1. Capacidad de entregarse con programas sectoriales del entorno exógeno (CDI, Sagarpa. Sedatu, Conafor). 2. Capacidad local para articular el conocimiento local con el externo, con apoyo de universidades y/o investigadores.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Conclusiones y Recomendación: El agroturismo debe ser visto como una actividad que puede ser un motor económico de diversificación y multifuncionalidad capaz de convertir el ejido en un lugar que dé oportunidad de empleo a los propios jóvenes para que no tengan necesidad de migrar; permanecer en la comunidad ofrece, asimismo, la posibilidad de continuar con la transferencia de conocimiento ancestral para que los jóvenes se han cargo del cuidado y cultivo de las tierras del ejido. Es decir, podríamos suponer que este proceso de ampliación, sustentado y articulado con el proceso de gobernanza local, es una parte de las nuevas estrategias orientadas a hacer frente a los impactos globales desde los potenciales endógenos.

Referencias bibliográficas

- Boisier, S. (2005) ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *Revista de la CEPAL*, No. 86, Pp. 47-62.
- Boullón, D. & Boullón, R. (2008). *Turismo rural: un enfoque global*. México: Editorial Trillas
- Francis, C.A., Lieblein, G., Breland, T.A., Salomonsson, L., Geber, U., Sriskandarajah, N., & Langer, V. (2008). Transdisciplinary research for a sustainable agriculture and food sector. *Agronomy Journal*, 100(3), pp. 771-776.
- Gerritsen, P.R. & Morales, J. (2009). Experiencias de agricultura sustentable y comercio justo en el estado de Jalisco, Occidente de México. *Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 4(7), pp. 187-226.
- Gutiérrez, M. & Gerritsen, P.R. (2009). *Turismo rural sustentable en la Costa Sur de Jalisco*. Guadalajara: CUCS-Universidad de Guadalajara.
- Méndez, V.E., Bacon, C.M., & Cohen, R. (2013). Agroecology as a transdisciplinary, participatory, and action-oriented approach. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 37(1), pp. 3-18.
- Mendoza, M.G., Hernández, C.G. & Villarreal, L.Z. (2009). Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. *El Periplo Sustentable: Revista de turismo, desarrollo y competitividad*, 17, pp. 5-30.
- Oswald, Ú. (2012). Cambio ambiental global, desastres y vulnerabilidad social. En J.L. Calva (Coord.). *Cambio climático y políticas de desarrollo sustentable* (Análisis estratégico para el Desarrollo, 14). México: Consejo Nacional de Universitarios/Editorial Juan Pablos, pp. 347–367.
- Rainie, H., Rainie, L. & Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system*. Cambridge: The MIT Press.
- Riveros, H., & Blanco, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local* (No. IICA R621a). Lima: IICA.

CONSTRUCCIÓN DE UNA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA COMUNIDAD DE CENTRAL VALLARTA, PUERTO MORELOS, QUINTANA ROO

Dr. Ricardo Sonda de la Rosa¹⁷

Palabras Clave: Gestión, Comunidad, Cultura Organizacional

Introducción. La comunidad de Central Vallarta en el municipio de Puerto Morelos del estado de Quintana Roo se encuentra ubicada justo en la llamada “Ruta de los Cenotes”, camino pavimentado que une la carretera federal Cancún – Playa del Carmen, con la carretera Cancún – Mérida y que a lo largo de esta ruta se encuentran más de 15 cenotes en esta región que son administrados en su mayoría por dicha comunidad considerada como el corazón de la actividad del turismo rural del Municipio.

Central Vallarta se ha caracterizado por ser una comunidad rural relativamente nueva, con una cultura propia de la selva maya, pero tendríamos que definir primero que es cultura. Desde el punto de vista del desarrollo organizacional (Schein, 1982; Hoy y Miskel, 1996; Smircich, 1983), se afirma que cultura es el conjunto de formas dadas por hecho, compartidas y tácitas que se perciben, se piensan y se relacionan ante los diferentes contextos teniendo como elementos, artefactos, valores, normas y supuestos compartidos y aceptados de un grupo.

Hatch (1997), sustenta la cultura en cuatro elementos: artefactos, valores, supuestos y símbolos. Los artefactos son lo visible, lo tangible del comportamiento basado en las normas culturales; los valores y creencias son los principios sociales, objetivos y estándares que están dentro de una cultura, que definen intrínsecamente los juicios de lo que es correcto o incorrecto; los supuestos representan lo que los miembros creen como realidad, lo que perciben y sienten como la realidad de las cosas; y los símbolos son las asociaciones a conceptos dándole un significado más amplio a lo que es asociado.

Ahora bien, cuando se habla de una cultura organizacional encontramos los estudios de Braga (1997) donde se asegura que la cultura organizacional está íntimamente relacionada con el poder y la identidad, en la medida en que aporten un significado una para otra. Una cultura organizacional de una comunidad rural reafirma los valores y las ideologías que proporcionan una distinción a un grupo en relación con los demás, y aportan la construcción de una base legítima para ese grupo personas.

Entre las investigaciones que aportan a estas teorías, se encuentra la de Urbiola (2004), quien define la cultura organizacional como el conjunto de elementos presentes en la estructura organizacional, que buscan desarrollar la cohesión y la identidad de los individuos, incluyendo la interpretación simbólica que se hace y puede o no coincidir con los elementos de la cultura dominante.

¹⁷ rsonda@ucaribe.edu.mx. NOTA BIBLIOGRÁFICA DEL AUTOR. El Dr. Ricardo Sonda de la Rosa, es profesor investigador de tiempo completo de la Universidad del Caribe, Cancún, Quintana Roo, México. Su línea de investigación va relacionada a la gestión del Capital Humano, y Desarrollo de Habilidades de Gestión Administrativa en giros turísticos.

El hablar de cultura organizacional en una comunidad rural conlleva entender una serie de variables propias del ser humano, formas de vivir, de trabajar, de comunicar, que en el fenómeno de la administración crean una identidad común que es preciso describir para diferenciarse de otras comunidades y que se considere como algo auténtico y representativo entender como resultado de su competitividad por lo que se trabajó con la comunidad en cuestión para hacer su cultura organizacional.

Por tal motivo, la presente investigación justifica el hecho de utilizar una herramienta administrativa para elaborar una Misión y Visión, el ser y el querer ser, respectivamente para alinear estrategias administrativas en dicha comunidad.

Metodología. Para poder dar describir de manera tácita la identidad de la comunidad es necesario poder elaborar una correcta Misión y Visión.

MISION. La metodología utilizada para la elaboración de la Misión en la comunidad de Central Vallarta fue cualitativa teniendo como base la utilizada por Kotler (2004) que define la misión como un importante elemento de la planificación estratégica, que describe la actividad que desempeña la organización, lo que se hace diferente para el logro sus objetivos, habla del presente, por lo tanto, la misión ayuda a comprender el motivo de su existencia.

Para la elaboración de una Misión se contestan las siguientes preguntas: ¿Quiénes somos?, ¿Qué buscamos?, ¿Qué hacemos?, ¿Dónde lo hacemos?, ¿Por qué lo hacemos?, ¿Para quién trabajamos?

VISIÓN. La metodología utilizada para establecer la Visión de Central Vallarta, fue tomada de Jack (2000), quien define la Visión como el camino al cual se define la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento y competitividad.

Para Jack, la Visión es el sueño idealizado de la empresa, es una declaración aspiracional a mediano y largo plazo, habla del futuro, ayuda a comprender hacia dónde va la empresa y como desea ser percibida.

Para elaborar la Visión se deben de hacer las preguntas siguientes: ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?, ¿Cómo seremos en el futuro?, ¿Qué haremos en el futuro?, ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?

La estrategia metodológica consistió en un grupo de control, donde participaron los integrantes de la comunidad de manera representativa que, mediante una lluvia de ideas se les pregunto lo correspondiente a cada uno de los elementos previamente mencionados, los cuales fueron registrados. Acto seguido se realizó un ejercicio de redacción para unificar, sintetizar y estandarizar las respuestas que dieron como resultado la Misión y Visión de la comunidad de Central Vallarta.

Resultados y Discusión. Con la claridad de las palabras claves, así como los sentimientos, percepciones y motivaciones expresadas por los integrantes de la comunidad, se presenta el resultado a manera de redacción de la MISIÓN:

“Proveer experiencias únicas de turismo rural a visitantes nacionales y extranjeros que deseen convivir con la naturaleza de la selva maya de un modo seguro caracterizada por la cultura quintanarroense en desarrollo auténtico y en armonía con el medio ambiente.”

Así mismo, se presenta la VISIÓN obtenida en el desarrollo de los trabajos hechos en la comunidad:

Ser reconocida como una comunidad líder en actividades de turismo rural gracias a la gestión sustentable de los servicios auténticos de la región

Conclusiones y recomendaciones El turismo rural se ha caracterizado por contar con una naturalidad operacional propia de su origen, turistas repetitivos de este segmento de mercado, encuentran precisamente en este estilo descorporatizado la autenticidad de los servicios y productos que se les ofrecen las comunidades que visitan.

Ahora bien, es cierto que entre más se estudian, investigan y abordan dichas comunidades, estas se están viendo influenciadas y modificadas de manera lógica por las recomendaciones tecnológicas, mercadológicas, sociológicas para mejorar la operación con la que fueron concebidas y que puede inclusive llegar a perderse cambiando su identidad y segmento de mercado rural, todo esto claro, ocasionado por su mismo éxito.

Por lo tanto, una de las estrategias administrativas que coadyuvan a evitar esa pérdida de identidad, precisamente es el establecimiento de la cultura organizacional, que define y alinea, la razón de ser de la comunidad, así como la visión de a dónde quieren llegar, elementos que si son establecidos desde un inicio servirán de rumbo para desarrollar actividades que no deriven en una pérdida de identidad y que por el contrario promuevan sus fortalezas y enaltezcan su cultura.

Con el ejercicio realizado se cumple el objetivo planteado en la introducción donde los integrantes de la comunidad de Central Vallarta, cuenten ahora con una base organizacional que dictará las acciones estratégicas que deriven de su crecimiento, sin desvirtuar su origen, identidad y ponencia.

Referencias Bibliográficas

- Braga, S. (1997). *Cultura corporativa e identidad: desinstitucionalização em empresa de telecomunicações brasileira*. RAC - Revista de Administração Contemporânea, mayo-agosto, 45-72. Recuperado 19 de febrero 2018 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84013647004>
- Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos*. España: McGraw Hill
- Hatch, M. & Schultz, M. (2004). *Organizational Identity*. USA: Oxford Management Readers.
- Hoy, W. y Miskel, C. (1996). *Educational administrations: theory, research and practice*. San Francisco: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2004). *Marketing*. México: Pearson.
- Schein, E. (1982). *Psicología de la organización*. Colombia: Pearson Educación.
- Smircich, L. (1993). *Studying organizations as cultures*. EUA: Cornell University.
- Urbiola, A. (2004). *Tesis cultura y comunicación en organizaciones de ahorro y crédito popular. Un caso de institucionalización de mitos racionales y convergencia simbólica*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.

LA COCINA DE RITA: CASO DE ÉXITO DE EMPRENDIMIENTO RURAL

Ana Luisa Gordillo Cervantes¹⁸, Mtra. Viridiana Isabel Vivanco Rodríguez

Palabras Clave: Emprendimiento, Turismo rural, desarrollo local

Introducción.

Antecedentes. El turismo en la actualidad es una de las actividades económicas y culturales más importantes que posee un país debido a la atracción de ingresos y generación de empleo que multiplican la economía del lugar. El efecto multiplicador hace que el gasto del turista no se limite solo al pago de una habitación de hotel, sino también al consumo en un restaurante, transportación, entretenimiento y diversas actividades, además es también un intercambio de cultura.

En ese sentido, Ibáñez, R. y Rodríguez, I. (2012) exponen que el turismo alternativo es la evolución del turismo tradicional, considerado una actividad que hace énfasis en los principios de la sustentabilidad, basado en que los turistas participen en actividades recreativas disfrutando de la naturaleza, pero a la vez respetando los patrimonios naturales, culturales e históricos del lugar que visitan. Del turismo alternativo de acuerdo a SECTUR (2004) se puede mencionar que se divide en tres segmentos: turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural.

El turismo rural es una opción que esencialmente se caracteriza por desarrollarse en espacios rurales, un proveedor económico en las pequeñas comunidades, que es inclusivo al contemplar el mercado laboral de jóvenes, mujeres y adultos mayores. Por consiguiente, el turismo rural constituye una nueva alternativa de diversificación de ingresos para las comunidades campesinas y un eje estratégico para el desarrollo territorial rural (Pérez, 2010).

El emprender algún negocio en zonas rurales se convierte en una vía de mejora y reactivación de la zona, atrae el turismo, así como una generación de oportunidades económicas para la población, mejorando el nivel de vida de los habitantes de la localidad, contribuyendo a explotar y desarrollar su entorno. Lo anterior debido a que el emprendimiento se caracteriza por ser innovador en tecnología, mercado y/o en organización, lo que permite agregación de valor y mejores condiciones de bienestar social.

Jaramillo et al (2013), exponen que el emprendedor rural, es un pequeño productor que conoce sus recursos, posee conocimiento de su uso actual y potencial para la producción de alimentos, y toma en cuenta las condiciones del mercado. De lo señalado se ha observado que cada vez más mujeres de zonas rurales han encontrado la oportunidad de aportar ingreso al hogar por medio de un autoempleo, que consiste en comercializar una actividad cotidiana de su comunidad.

En México son las pequeñas y medianas empresas las que generan el 72% de los empleos formales y es justamente el segmento que sirve de plataforma para emprendimiento, por sus ventajas de flexibilidad y creatividad para llevar nuevos productos y servicios al mercado. El

¹⁸ annaluisa_gc@hotmail.com

emprendimiento en el país es de una tasa del 12% según estudio Global Entrepreneurship Monitor. (García, 2013). Sin embargo, este deseo por emprender responde muchas veces a un factor de necesidad y no a un deseo de generar negocios de alto impacto.

Es precisamente en el estado de Sonora donde el 14% de los habitantes viven en una zona rural (INEGI, 2010). El Ejido de San José de Guaymas, es una de las comunidades rurales al tener 1088 habitantes y donde se desarrolló el presente caso de éxito, debido a la necesidad de dar sustento a la familia, surge como un negocio de hot dogs, una microempresa hace 30 años.

Planteamiento del problema: Aunque las políticas públicas y recursos estén encaminados a incentivar a las personas a emprender un negocio, la incertidumbre y el desconocimiento pueden frenar tal acción, siendo una necesidad latente de la mayoría de los emprendedores buscar financiamiento o capacitación para auto emplearse.

Los pequeños negocios tienen la necesidad de independencia y estabilidad económica, buscando el autoempleo, sin embargo, hay poca documentación de casos de éxito en el área rural del Valle de Guaymas. Por tal razón se considera importante dar a conocer la historia detrás del éxito de la Cocina de Rita, para que las personas en situación similar puedan aprovechar la experiencia documentada en esta investigación y generen su idea de negocio, por ello surge la interrogante ¿Cuáles son las características que describen al restaurante en la comunidad rural de San José de Guaymas como un caso de emprendimiento exitoso?

Justificación de la investigación: El deterioro en la economía, ha propiciado la necesidad de generar recursos mediante un autoempleo, en la actualidad el 23% de los mexicanos comienzan un negocio por necesidad (Entrepreneur, 2016). Aunado a ello el emprendimiento se ha posicionado como generador de competencia al innovar, por lo que se considera que el exponer el caso de éxito en la comunidad puede propiciar en otras personas a que inicien su negocio y con ello mejore la competitividad.

Además de acuerdo a Hernández et al. (2015), el emprendedor logra su satisfacción personal y comercial, al crear su negocio en base a sus propias ideas y con ello mejorar el entorno de los demás al desarrollar acciones emprendedoras.

Por otra parte, el gobierno y empresas privadas han entendido la importancia de emprender y cuentan con programas de apoyo para mejorar la calidad de vida de las familias, pero el documentar un caso cercano de la comunidad de San José puede ser más realista y ayudar a consumir una idea de negocio.

Objetivo: Exponer un caso de éxito de emprendimiento de un restaurante en San José de Guaymas, con el fin de impulsar a más miembros de la comunidad rural a emprender.

Metodología: El tipo de investigación es cualitativa y el diseño de la investigación es de tipo exploratoria descriptiva, mismo que se basa en el testimonio focalizado, a partir de la técnica de entrevista semi estructurada; el sujeto de estudio la emprendedora de “La Cocina de Rita”, mediante el procedimiento siguiente:

- a) Delimitación de investigación, b) Diseño de instrumento, c) Aplicación de entrevista,
- d) Análisis de información y e) presentación de resultados.

Resultados y Discusión: Aunque en un origen nació como un puesto de HotDog, la propietaria, identificó un aumento en la demanda de platillos por lo que diversificó sus productos, ofreciendo comida mexicana y nieves artesanales.

Para ello requirió de asesoría y pidió apoyo a una incubadora de negocios en 2015, donde se consolida la idea de un restaurante de comida mexicana, al apoyársele en la elaboración de un plan de negocio, con lo que se consiguió financiamiento público, que con un amplio menú y distinguido sazón casera en sus platillos, logró incrementar el número de clientes satisfechos.

Con lo anterior después de treinta años en el negocio, incremento su planta física, así como capacidad financiera, sin embargo una de las características principales se destaca en la habilidad que distingue a la propietaria y emprendedora, que si bien es cierto este proyecto lo inició por necesidad de sustento económico para su familia, supo mantener clara la visión de crecimiento y la perseverancia para lograrlo, al poder solventar los estudios de sus hijos, siendo uno de ellos quien la orillo a aventurarse a buscar asesoría para créditos con la finalidad de mejorar su restaurante.

Como resultado de lo antes mencionado, se logró un despunte, porque a pesar de haber iniciado ella sola, actualmente cuenta con doce empleados, un nuevo local ampliado y recién remodelado para comodidad de los comensales. Aunado a lo expuesto, ha conservado su sabor, precios accesibles y variedad en menú, alzando el negocio de nieves artesanales en el restaurante.

La percepción de la dueña y emprendedora es que su negocio aporta a la comunidad trabajo para los jóvenes que requieren un apoyo para seguir estudiando y difusión del pueblo de San José, sin embargo, actualmente no hay actividades complementarias que puedan realizar los clientes que acuden al restaurante, con el fin de agregar a su visita algo más. Por ello la importancia de difundir su historia de éxito para que otras personas del lugar se alienten a emprender negocios que complementen la oferta del sitio y contribuyan al desarrollo económico del lugar.

Para SPRI Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial (2013), en su manual básico para emprender, plantea un decálogo de las características esenciales para que un negocio sea considerado de éxito entre las que destacan 1. Tener claros los objetivos, 2. Conocer la actividad, 3. Invertir tiempo antes de invertir dinero, 4. Estar atentos a las necesidades cambiantes del mercado, 5. Diferenciarse de la competencia, 6. Rápido reconocimiento de las oportunidades, 7. Olvidarse de la improvisación, 8.

Darse más de una oportunidad, 9. Creer en el producto y saber cómo hacerlo, 10. Rasgos del emprendedor innovador. Mismos que gracias a la asesoría, el apoyo, la visión y carácter de la propietaria de “La Cocina de Rita” se han cumplido.

Conclusiones y recomendaciones: La Cocina de Rita ha ido evolucionando con el paso del tiempo, es por ello que se considera un caso de éxito en la comunidad rural ya que actualmente atrae a turistas nacionales e internacionales, con el objetivo de conocer y comer platillos mexicanos.

Sin embargo, la propietaria sigue receptiva a las sugerencias, así como preocupada por seguir innovando y creciendo en su negocio, por lo que se recomienda desarrollar actividades turísticas complementarias en la localidad de San José, ya que esta cuenta con potencial tanto

histórico como rico en actividades cotidianas que los visitantes pueden disfrutar como una oferta de turismo rural.

Otra recomendación es realizar un diagnóstico de toda la zona de San José de Guaymas y del perfil o intereses de los habitantes con la finalidad de proponer e incubar ideas de negocio o bien dar seguimiento y asesoría en caso de existir propuestas, para realizar una oferta de actividades de turismo rural en la zona.

Referencias bibliográficas

- Entrepreneur. (9 de Marzo de 2016). *Entrepreneur.com*. (N. Meza, Ed.) Recuperado el 28 de Marzo de 2018, de <https://www.entrepreneur.com/article/272224>
- García, M. (19 de Agosto de 2013). *Entrepreneur.com*. Recuperado el Marzo de 2018, de <https://www.entrepreneur.com/article/266218>
- Hernández, K; González, L; Herrera, M. Tec de Monterrey. (2015). *Reporte Regional GEM Mexico*. Tec de Monterrey, GEM, México. Ibáñez, R., & Rodríguez, I. (2012). *Tipologías y Antecedentes de la Actividad Turística: Turismo*
- INEGI. (2010). *Cuéntame INEGI*. Recuperado el 20 de Marzo de 2018. Obtenido de http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/rur_urb.aspx?tema=P
- Jaramillo, J. L. (2013). Factores que influyen para el emprendimiento de microempresas agropecuarias en el Valle de Puebla, México. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*. Obtenido de <http://www.spri.eus/es/blog/manual-basico-emprender/>
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Redalyc*.
- Secretaría de Turismo SECTUR. (2004) Turismo Alternativo una nueva forma de hacer turismo. SECTUR. Dirección de Desarrollo de turismo Alternativo, México: SECTUR
- SPRI Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial. (2013). *www.spri.eus*. Manual Basico para Emrender.
- Tradicional y Turismo Alternativo. En *Medio Ambiente y Politica Turistica en México* (Vol. Tomo I, pág. 155). México: Secretaria del Medio Ambiente y Recursos Naturales.

DIMENSIONES DE LA AUTENTICIDAD GASTRONÓMICA INCIDENTE EN LA SATISFACCIÓN DEL TURISMO RURAL

M.enD. Angel Hernández Morales¹⁹. Lic. Omar Alonso Villafuerte Sánchez²³. Dr. Claudio E. Hernandez Morales²⁴.

Palabras Clave: Turismo Gastronómico, Turismo Rural, Autenticidad, Satisfacción.

Introducción.

Antecedentes: Al turismo gastronómico se le puede definir como la degustación de alimentos y vinos oriundos de un determinado territorio, para obtener un conocimiento profundo de otras culturas (Long, 2004). La gastronomía es adoptada con mayor frecuencia como una actividad principal por parte de algunos segmentos de turistas. Estos viajeros consideran a la comida como un medio para entender otras culturas y como un factor principal en la motivación de viaje, así como un estilo de vida y generador de otras actividades alternas. (Lee, Scott, & Packer, 2014).

Dentro del turismo rural a la gastronomía se le considera como una manifestación importante del patrimonio cultural del destino, susceptible a ser buscada y recomendada por los viajeros. Los turistas rurales pueden desempeñar un papel importante al actuar como consumidores y como intermediarios culturales por medio de la búsqueda y consumo de alimentos en un destino (Sidali, Kastenholz, & Bianchi, 2015). El turista rural puede encontrar satisfacción al consumir y descubrir el entorno por medio de la gastronomía local. Para Murray & Kline, 2015 (2015) existe una conexión con la comunidad y el entorno rural cuando el deseo de consumir productos gastronómicos es satisfecho.

Dentro del turismo gastronómico existe una relación significativa entre el consumo de comida local y la satisfacción. La satisfacción es una evaluación parcialmente en parte afectiva y en parte cognitiva de la experiencia de consumo, (Mason & Paggiaro, 2012); la satisfacción fomenta la lealtad (Kaura, 2013), el patrocinio y a la retención (Kaur & Sharma, 2015); afecta a la elección y al comportamiento de compra a nivel individual (Homburg, Koschate, & Hoyer, 2005); también es probable que influya en la recompra (Tsai & Lu, 2012).

Planteamiento del problema: Existe la necesidad de entender y dimensionar los atributos que otorgan el carácter de autenticidad al producto gastronómico. Las experiencias alimentarias de los viajeros son multidimensionales e influyentes en muchos niveles y tienen una característica dinámica que merece la atención de los estudiosos y los vendedores (Björk & KauppinenRäsänen, 2014). Los proveedores de alimentos pueden usar estas características para señalar el carácter distintivo de los alimentos a los turistas rurales; los legisladores pueden incluirlos en sus modelos de desarrollo regional para mejorar el turismo rural sin alterar las tradiciones culinarias históricamente, socialmente y en capas ambientales (Sidali, Kastenholz, & Bianchi, 2015). Por lo que se declara la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son las dimensiones que caracterizan la autenticidad de un producto gastronómico?

¹⁹ lae.angel.hm@hotmail.com

Justificación de la investigación: Justificación Teórica: es la razón principal de cualquier producto científico, esta investigación pretende llenar el vacío teórico respecto a las dimensiones de la autenticidad de los productos gastronómicos; ya que en el momento no existe un documento, en contextos de *marketing* y del turismo rural, que mencione las dimensiones o características de la autenticidad del producto gastronómico. Justificación metodológica: los hallazgos teóricos pueden ser retomados como ítems para medir el nivel de satisfacción en futuros instrumentos.

Objetivo: Indagar las características que logren dimensionar la autenticidad del producto gastronómico, en espacios rurales, y que tienen una relación en la satisfacción.

Específicos. 1) Revisar estudios empíricos que manifiesten la relación entre la autenticidad y la satisfacción en el contexto del *marketing* dentro del espacio del fenómeno del turismo rural. 2) Elaborar una matriz de congruencia para la operacionalización de los hallazgos de la revisión teórica. Generar conclusiones.

Hipótesis.

H1. La autenticidad del producto gastronómico incide en la satisfacción del turista.

Marco Teórico de las dimensiones de la autenticidad.

En el estudio de Chen Tsang & Pei Lu (2012) tienen por objetivo examinar las relaciones entre experiencias gastronómicas auténticas e intenciones de recompra. Mediante cuestionarios auto administrados, basados en la investigación de Sukalakamala & Boyce (2007), con 12 ítems en escala de Likert de 5 puntos, distribuidos en restaurantes de comida étnica tailandesa en Taiwán, se obtuvieron 538 observaciones. Los datos se analizaron por medio de un Análisis Factorial con rotación VARIMAX; y para la medición de la satisfacción y posible recompra se utilizó el método de Análisis de Rendimiento de Importancia. Ellos concluyen que la calidad y autenticidad de los alimentos son importantes para cumplir con las expectativas del cliente

Esto concuerda con la investigación de Sukalakamala & Boyce (2007); la cual tenía como objetivos 1) investigar la expectativa de autenticidad de los clientes, 2) investigar el grado de autenticidad que los clientes pueden aceptar y 3) investigar lo que los clientes quieren que los restaurantes proporcionen cuando van por la experiencia gastronómica; con respecto al grado de autenticidad que el cliente puede aceptar se puede medir con los ítems de mayor significancia, los cuales son: a) el sabor tradicional y b) auténticos platillos con auténticos ingredientes.

El estudio de Stephanie Liu & Anna Mattila (2015) tiene como finalidad examinar el impacto de ofrecer autenticidad en el menú sobre la satisfacción y como la presencia de otros clientes puede moderar esta relación. El diseño del estudio experimental fue de orden factorial 2X2, con un muestreo aleatorio por conveniencia y la aplicación del instrumento fue suministrado vía internet. Para el análisis estadístico utilizaron el ANOVA. Los resultados muestran que hubo un efecto principal y positivo del menú auténtico sobre la satisfacción del cliente. Los ítems, para medir la autenticidad, fueron los siguientes: 1) El restaurante me conecta con la cultura; 2) El ambiente del restaurante coincide con mi impresión de la cultura; y 3) Este restaurante me parece muy autóctono.

El objetivo del estudio de Björk & Kauppinen (2014) es explorar los factores que contribuyen a las experiencias culturales y gastronómicas de los exploradores en los mercados locales de alimentos. Los datos los recolectaron mediante la aplicación de cuestionarios a 150 viajeros en una feria anual en Helsinki. Los hallazgos revelan que los factores muestran que las experiencias gastronómicas se basan en alimentos autóctonos y auténticos que representan la cultura alimentaria local.

Metodología: Tipo de investigación: Cualitativa – documental. El tipo de estudio es exploratorio - no experimental. Los datos recogidos se evaluaron mediante un método de análisis teórico.

Instrumento: Matriz de congruencia. Este tipo de instrumento es utilizado con frecuencia cuando la recolección de datos se hace mediante un método teórico en una investigación documentada.

Procedimiento: Se analizaron estudios empíricos concernientes a la satisfacción del turista en relación con la autenticidad de la comida. Se consideró el análisis de los artículos en revistas de alto impacto con orientación de *marketing* en el turismo rural, en eventos turísticos y en restaurantes étnicos.

Sujeto: Considerando que la aplicación de un instrumento quedó exenta, se expone que para la búsqueda de los estudios empíricos se consideró la unidad de análisis a nivel individuo.

Resultados y Discusión: El resultado de la indagación teórica permite expresar los aspectos que dimensionan las características de la autenticidad del producto gastronómico, los cuales son: a) sabor tradicional, b) ingredientes tradicionales, c) platillos tradicionales, d) ambiente tradicional, e) apariencia tradicional, f) lugar de origen de los empleados. Tal y como se muestra en la matriz de congruencia de la Tabla No. 1.

Tabla 1 Operacionalización de la autenticidad gastronómica.

Autor	Ítems	Variables Dependientes
Chen Tsang & Pei (2012) Sukalakamala & Boyce (2007)	Lu Sabor tradicional Platillo tradicional Ingredientes tradicionales	Satisfacción
Liu & Mattila (2015)	Ambiente autentico Apariencia auténtica	Satisfacción
Tian & Wang (2010)	Conciencia cultural	Satisfacción
Lee, Scott, & Packer destino (2014)	Contacto con habitantes y lugares del	Comportamientos y hábitos del consumidor
Björk & Kauppinen (2014)	Alimentos autóctonos. Representación de la cultura	Satisfacción Experiencia culinaria

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones y recomendaciones: Con base en el análisis de los hallazgos de los estudios empíricos revisados y mencionados en este apartado; se establece, solo de manera teórica y cualitativa, la relación positiva entre la autenticidad gastronómica y la satisfacción declarada como la H1 de este documento. Se recomienda que las dimensiones mencionadas se utilicen

dentro de la elaboración de instrumentos para validar su grado de significancia de manera cuantitativa y rechazar o aprobar la hipótesis planteada. Se considera que las limitaciones de esta investigación son propias de los estudios teóricos de tipo documental, ya que la relación planteada de manera teórica en la *HI*, solo se pueden aprobar o descartar en un estudio cuasi experimental, con métodos de análisis estadísticos; sin embargo, las aportaciones teóricas son necesarias para sustentar proyectos, modelos o prototipos.

Referencias Bibliográficas

- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2014). Culinary-gastronomic tourism—a search for local food experiences. *Nutrition & Food Science*, 44(4), 294-309.
- Homburg, C., Koschate, N., & Hoyer, W. D. (2005). Do satisfied customers really pay more? A study of the relationship between customer satisfaction and willingness to pay. *Journal of Marketing*, 69(2), 84-96.
- Kaur, M., & Sharma, N. (2015). Electronic Service Quality and Customer Satisfaction: A Study of Customer Loyalty with Special Reference to Tourism Industry. *Amity Business Review*, 16(2), 100-114.
- Kaura, V. (2013). Service Convenience, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty: Study of Indian Commercial Banks. *Journal Of Global Marketing*, 26(1), 18-27. doi:10.1080/08911762.2013.779405
- Lee, K.-H., Scott, N., & Packer, J. (September de 2014). Habitus and food lifestyle: In-destination activity participation of Slow Food members. *Annals of Tourism Research*, 48, 207-220.
- Liu, S., & Mattila, A. (2015). Ethnic dining: Need to belong, need to be unique, and menu offering. *International Journal of Hospitality Management*, 49, 1-17.
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism management*, 33(6), 1329-1336.
- Murray, A., & Kline, C. (2015). Rural tourism and the craft beer experience: Factors influencing brand loyalty in rural North Carolina, USA. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1198-1216.
- Sidali, K., Kastenholz, E., & Bianchi, R. (2015). Food tourism, niche markets and products in rural tourism: Combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1179-1197.
- Sukalakamala, P., & Boyce, J. (2007). Customer perceptions for expectations and acceptance of an authentic dining experience in Thai restaurants. *Journal of Foodservice*, 18(2), 69-75.
- Tian, R. G., & Wang, C. H. (2010). Cross-cultural customer satisfaction at a Chinese restaurant: The implications to China foodservice marketing. *International Journal of China Marketing*, 60-72.
- Tsai, C. T., & Lu, P. H. (2012). Authentic dining experiences in ethnic theme restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 304-306.

PROPUESTA PARA EL RESCATE DE ELEMENTOS SOCIOCULTURALES A TRAVÉS DE UNA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN HOTELES DE LUJO

Mtra. Angelina Gatica Santamaría²⁰, Mtra. Martha Verónica Ocampo²¹

Palabras clave: Cultura, Turismo, Localidad, Patrimonio cultural, Animación sociocultural.

Introducción. A partir de la relación estrecha entre turismo y cultura, así como la motivación de viaje de segmentos específicos de viajeros, es pertinente realizar propuestas en materia de turismo considerando el elemento cultural como detonante que invite a visitar destinos como México, considerando un cliente más responsable y que valora las raíces culturales de un destino. Santiago y Morfin (2011) afirman que la animación es una herramienta que muestra, con un sentido pedagógico y al mismo tiempo recreativo, la riqueza cultural de la localidad y su entorno, lo que “engloba un espíritu de aprender a desaprender dentro del contexto intercultural interdisciplinario, que incluya los saberes locales y produzca sensaciones gratificantes” (pág. 35).

El Caribe Mexicano representa uno de los polos turísticos con mayor renombre a nivel nacional y a nivel internacional, reconocido por sus propiedades de sol y playa; sin embargo, es visitado por turismo de diferentes mercados que manifiestan la inquietud de conocer las raíces culturales de la región. Registros internacionales aseguran que, en el 2007, un 40% de viajeros expresaron motivación cultural para sus viajes; representando 898 mil millones de visitantes a nivel global (OECD).

Este trabajo invita a la reflexión sobre el área de oportunidad que representa el incluir en propiedades de hospedaje, una animación con matices socioculturales; permitiendo un involucramiento a partir de una relación interpersonal basado en el respeto por las culturas entre la comunidad receptora y el viajero. Por lo anterior este trabajo tiene por objetivo proponer de un modelo de recreación mediante el rescate de elementos socioculturales a través de una animación turística en hoteles de lujo.

Para conseguir este planteamiento es necesario conocer: ¿Cómo describe el especialista de ASC (animación sociocultural) la experiencia que ha tenido al aplicar actividades de animación que incluyan elementos socio-culturales?, y ¿qué dificultades ha experimentado al incluir actividades en el tenor sociocultural en un resort de lujo? La presente investigación representa una propuesta partiendo de la figura del animador que en Europa se utiliza desde los años 70's y que actualmente se dirige a la profesionalización de esta figura que deberá incluir la vocación personal, planeación y organización profesional del trabajo. Es pertinente señalar que en destinos de playa la figura de un animador se restringe a actividades asociadas con fiesta y deportes; sin contenidos culturales de la localidad visitada.

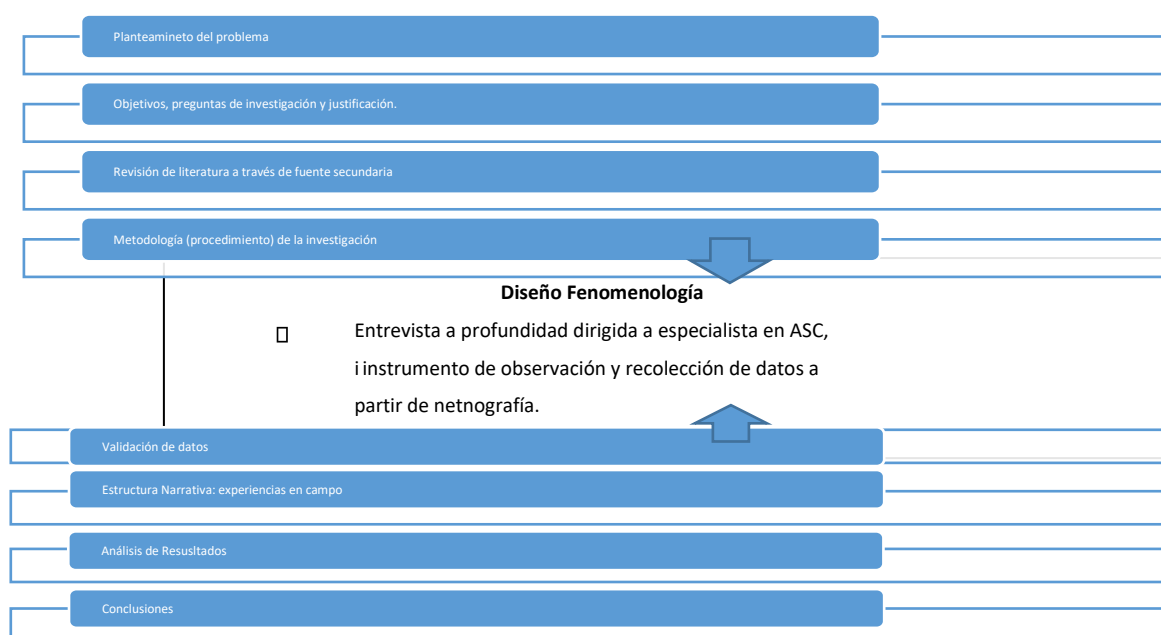
Metodología de la investigación. La presente investigación se desarrolló bajo el enfoque de investigación cualitativo (Reyes, Hernández y Yeladaqui, 2011), aplicando la estrategia de

²⁰ agatica@utcancun.edu.mx

²¹ mocampo@utcancun.edu.mx

investigación focalizada en la Fenomenología, a través de recolección de datos provenientes de un especialista con experiencia en el campo de animación dentro de hoteles de lujo que ha experimentado la inclusión de elementos socioculturales en las actividades dirigida a visitantes.

Tabla 1. Modelo de metodología de la investigación, elaboración propia a partir de Reyes, Hernández y Yeladaqui (2011)



Recolección de datos. Para abordar el contexto situacional, se aplicó de una entrevista a profundidad al especialista, se diseñó una lista de cotejo y se procedió a una recolección de datos en redes sociales (netnografía) para evidenciar el prestigio de la propiedad.

Entrevista a profundidad: el instrumento integró 35 preguntas para analizar las experiencias de un especialista con respecto a aceptación y percepción de las actividades de animación que integren elementos socioculturales.

Datos del especialista: Lic. Antonio Galaz / *Puesto actual:* *Curator manager* (Conservador del medio), con 17 años de experiencia en el ramo de la recreación en hoteles.

Propiedad: Hotel Andaz, ubicada en el complejo privado de lujo Mayakoba.

Resultados sobre el diseño:

- Basa el modelo en un principio sostenible: cuidado de medio y focalizado en la cultura y riquezas locales. Las actividades se basan en el involucramiento con naturaleza, cultura y regional.
- A través de actividades recreativas, busca generar experiencias locales, ambientales y culturales.
- Rescata elementos del entorno y a través de una preparación cultural, histórica y ambiental previa genera actividades que promueven el aprendizaje.

- Identifica el segmento de mercado, ya que, aunque reciben huéspedes con alto poder adquisitivo, es importante identificar otras variables como: edad, procedencia.

Resultados sobre las actitudes del receptor

- Los visitantes demuestran interés genuino y se refleja en los comentarios.
- El huésped queda interesado por mayor explicación sobre conocimientos locales y culturales.
- Los huéspedes cada vez tienen mayor acceso a información que es preciso documentar la información generada al turista.
- Valoran el entorno, medio ambiente y buscan mayor conocimiento.

Técnica de observación estructurada: lista de cotejo

Factores	Si	No	Observaciones
1. El visitante es participativo en actividades de animación	X		En algunas ocasiones, el interés del visitante por la información aumenta paulatinamente a partir de la explicación obtenida por el animador, ejemplo en senderismo se explican el origen de plantas endémicas con su historia que captan su interés.
2. El visitante busca aprender del local en las actividades propuestas por el ASC	X		Aunque al principio de la actividad no dimensionan la relación con la región, es hasta después de escuchar explicación que valoran el aprendizaje.
3. El visitante demuestra interés por actividades culturales	X		Buscan actividades que integren a la región Maya.
4. El visitante demuestra interés por actividades que involucren cultura mexicana.	X		Se capta mayor interés al interrelacionar elementos del medio ambiente, cultura y localidad en las actividades de recreación. Ejemplo: tour senderismo, se conocen los orígenes de plantas endémicas con leyendas y se lleva a una villa yucateca haciendo referencia a la construcción y formas de vida.
5. El visitante demuestra satisfacción al aprender sobre la cultura mexicana	X		Realiza comentarios que se evidencian en redes sociales y a través de boca en boca.
6. El visitante define los parámetros de lo que desea aprender.		X	En realidad se buscan elementos entretenidos socio culturales que generen aprendizaje, sin embargo los parámetros son pactados por el equipo de animación, “se educa al turista” (Galaz, 2018)
7. Las actividades deben ser aplicadas de acuerdo al segmento de mercado.	X		Se reciben de todo tipo de nacionalidad y la personalidad de visitante es en función al mercado de proveniencia por lo que se adaptan de acuerdo a los visitantes para atraer atención de todos
8. ¿Se requiere un perfil específico en el animador que busca el rescate sociocultural?	X		Principalmente: actitud, idiomas, carisma, saber escuchar y la voluntad para estudiar y continuar aprendiendo del entorno

Tabla 2. Elaboración propia a partir de entrevista a profundidad del Curator Mgr. Del Hotel Andaz, Mayakoba, 15 de marzo, 2018)

Resultados de la netnografía: propiedad evaluada por huéspedes, a través de la red turística Trip Advisor. Posicionado en el lugar 17 de 217 hoteles de Playa del Carmen de acuerdo a comentarios obtenidos en Trip advisor como parte de una investigación netnográfica. (Trip Advisor, 25 de marzo, 2018).

Análisis de resultados y Discusión

- El animador funge como un instructor generador de conocimiento de la región.
- El diseño actividades que involucran el aprendizaje natural, cultural, gastronómico de la localidad generando la valoración patrimonio, es aceptada y bien calificada por el huésped,
- El interés del visitante por aprender aumenta paulatinamente a partir de la explicación obtenida por el animador, ejemplo en senderismo se explican el origen de plantas endémicas con su historia que captan su interés y solicita mayor información.
- Se capta mayor interés al interrelacionar elementos del medio ambiente, cultura y localidad en las actividades de recreación. Ejemplo: tour senderismo, se conocen los orígenes de plantas endémicas con leyendas y se lleva a una villa yucateca haciendo referencia a la construcción y formas de vida.
- El animador es un anfitrión del medio ambiente, cultura y la localidad y funge como interpretador del patrimonio regional; que oferta actividades creativas incluyendo actividades recreacionales distintivas de la localidad.
- Se requiere un perfil con actitud y con la plena voluntad de continuar estudiando para generar un aprendizaje del patrimonio natural y cultural de la nación.

Conclusión y Recomendaciones. Por lo anterior, el modelo propuesto y adoptado en un hotel de lujo ha demostrado beneficio ya que incentiva a los visitantes a la valoración del entorno natural, cultural, gastronómico de la localidad, por otro lado, la figura de animador migra de ser un entretenedor, a la figura de embajador de los atributos ambientales y culturales de la localidad; esta figura genera facilidades en el visitante para interpretar el patrimonio. La iniciativa se encuentra en sus inicios, sin embargo, demuestra ser una opción de complementar la motivación por conocer destinos mexicanos.

Al interrelacionar elementos del medio ambiente, cultura y localidad en las actividades de recreación se genera mayor interés en el visitante al obtener aprendizaje de las raíces de la localidad anfitriona; lo que representa una tendencia emergente que amerita una segunda etapa de investigación cuantitativa.

Recientemente, el centro para el viajero responsable (CREST, por sus siglas en inglés), advierte que existe un interés creciente entre los turistas que consumen todo tipo de turismo y productos turísticos, por proteger el medio ambiente e incluso por generar beneficios palpables a las comunidades locales (CREST, 2016). Los intereses del turismo cultural y sostenible, pasaron de ser la motivación de una élite sociocultural, a constituirse como una exigencia de muchos consumidores (visitantes) configurando un mercado específico que incorpora los bienes culturales como componente necesario en la demanda de oferta turística (Hiriart, 2010; citado por Ocampo, Gatica y Sánchez, 2017).

Referencias

- Center for Responsible Travel [CREST]. (2016). The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2016. Recuperado desde: http://www.responsibletravel.org/whatWeDo/The_Case_for_Responsible_Travel_2016Final_UPDATED.pdf
- Galaz, A. (2018) Entrevista a profundidad, comunicación personal. Gerente de Recreación Hotel Andaz, Playa del Carmen, México. 15 de Marzo, 2018.
- Hiriart, C. (2010). Panorama Mundial del Turismo Cultural. México: Patrimonio cultural de turismo.
- Ocampo, V., Gatica, A. y Sánchez, D. (2017). El viajero millennial-responsable y las comunidades mayas de Quintana Roo. Sexto Encuentro de Cuerpos de investigación. Ponencia.
- Organization for Economic Cooperation and Development [OECD]. (2009). The Impact of Culture on Tourism. Recuperado desde: <file:///F:/sociocultural/2009%20Culture%20and%20Tourism.pdf>— ISBN- 978-92-6405648-0
- Reyes, M., Hernández, E. y Yaladaqui, B. (2011) ¿Cómo elaborar tu proyecto de Investigación? Editorial Mando, México: CONACYT-COQCYT
- Santiago, E. y Morfin, M. (Julio/Diciembre, 2011) Diálogo de saberes a través de la actividad turística. Periplo sustentable. (21). Trip Advisor, México. (25 de Marzo, 2018). Andaz. Recuperado: https://www.tripadvisor.com.mx/Hotel_Review-g150812-d11747186-Reviews-Andaz_Mayakoba_Resort_Riviera_Maya-Playa_del_Carmen_Yucatan_Peninsula.html

MODALIDAD DE TURISMO RURAL EL COLORADO, MUNICIPIO DE HERMOSILLO

Karla Guadalupe Gámez Gortárez, Mtra. Claudia Ramos Godínez.

Palabras clave: El colorado, Turismo Sonora, Zonas Rurales en Destino de Playa

Introducción

Antecedentes. El turismo rural es una forma del turismo alternativo que, junto con el turismo de aventura y el ecoturismo, constituyen una opción viable para atenuar el impacto negativo que se produce por el desplazamiento masivo de personas, por la falta de conciencia y respeto a las comunidades donde se desarrolla. Una definición recurrente de turismo rural es considerar a este, como la actividad turística que busca la convivencia e interacción con la comunidad rural, para conocer sus expresiones cotidianas, (González, 2011).

El turismo rural, ha tomado auge con la intención de diversificar la oferta de sol y playa que cada vez tiene a las ciudades inmersas en un agotamiento y en una competencia depredadora, donde solo se compete por el precio y no por calidad, (Diario Oficial de la Federación, 2013); sin embargo, el turismo rural ha resurgido además como parte importante para la rehabilitación de las áreas agrícolas, inmersas en depresión económica por la emigración hacia las zonas urbanas (Gurria, 2000).

De igual forma se ha considerado al turismo rural como una forma de desahogar la tensión que ocasiona la vida urbana, debido al constante crecimiento en las ciudades, algunas personas salen de ellas, de manera temporal, buscando una paz y descanso que difícilmente encontraríamos en la urbanidad (Gurria, 2000). Pero no solo eso, el turismo rural va más allá, en él existen entornos que te permiten realizar actividades en las cuales se pueden descargar adrenalina y liberar el estrés.

Planteamiento del Problema. En el estado de Sonora, se posee una gran diversidad de atractivos naturales y culturales que hacen que los turistas visiten las playas, museos, pueblos mágicos, fiestas tradicionales; Y en las dos últimas décadas, se ha identificado el inicio de una tendencia hacia el turismo rural, sobre todo en la sierra del estado, presentándose avances en materia de diversificación, con rutas culturales, como la Ruta del Río Sonora, Ruta las Misiones y Ruta de Sierra Alta, de igual manera rutas gastronómicas, como la Ruta entre Cortes y Viñedos, sin embargo hay sitios como el ejido “El Colorado”, que aún no se ven integradas en estas nuevas rutas turísticas y se cree existe potencial para turismo rural.

En términos generales los lugares con mayor afluencia turística según el lugar visitado se concentra en destinos de sol y playa como Puerto Peñasco y Guaymas, (Salido, y otros, 2009), sin embargo, se considera propicio aprovechar la oportunidad de las visitas, para invitar a practicar turismo rural y con esto captar un mayor número de recursos, ya que los registros indican que la estadía promedio generalmente es de 1.8 noches (DATATUR, 2011) lo que indica que las personas no pernoctan en la ciudad más de dos días, siendo necesario incrementar la diversidad en las actividades turísticas para mejorar esos números.

El ejido “El Colorado”, como otras comunidades rurales, sufre de migración a falta de actividades económicas a desarrollar, por lo que requiere de propuestas de trabajo, que inviten a los pobladores a revalorar su patrimonio y gestionar la inversión local, que aproveche las visitas en zonas de playa y que permita incluir a estos poblados en nuevas rutas. Con lo anterior se formula la siguiente pregunta de investigación ¿Qué actividades se pueden desarrollar en el ejido “El Colorado” para detonar la actividad de turismo rural en el sitio?

Justificación. El ejido “El Colorado”, es una zona rural perteneciente al municipio de Hermosillo, ubicada en la costa del estado de Sonora, es un lugar para pescar, dar práctica al Kayak, Snorkel y Paddleboard en el Mar de Cortés (Hernández, 2017), pero se puede ampliar su oferta turística, al incluir actividades de turismo rural y así brindar otras opciones enriquecedoras de descanso.

El desarrollo de actividades turísticas de tipo rural podría mejorar la situación económica del ejido, promoviendo un mayor número de visitas al lugar, ofertando una mayor diversidad de actividades y con esto disminuyendo el número de pobladores no activos. La activación de actividades en “El Colorado” puede impulsar vinculaciones comerciales para que otros poblados, de la Costa de Hermosillo también se vean beneficiados con el incremento de oferta turística en la zona.

Objetivo. Diseñar una propuesta de actividades de turismo rural, en la localidad de “El Colorado”, municipio de Hermosillo, Sonora, mediante un diagnóstico al sitio, para detonar la actividad de turismo rural en el ejido. **Metodología.** La investigación fue de tipo cualitativa, el objeto de estudio la comunidad de “El Colorado”, el proceso realizado un diagnóstico en la localidad, en donde se indago sobre las variables (atractivos naturales, históricos, culturales y gastronómicos; Infraestructura y acceso a la comunidad) para implementar el producto turismo rural, los instrumentos que se aplicaron fueron un inventario de atractivos, una entrevista a expertos de la comunidad y lista de observación de las condiciones de servicios.

Proceso de acuerdo a (Ricaurte, 2009):

1.-Fundamentación teórica del diseño del diagnóstico

1a) La determinación del enfoque de planificación, escala, objetivos

1b) Delimitación del área de estudio

1c) La revisión de la literatura

1d) Planificación del trabajo de campo

2.-Diagnóstico Turístico

2a) Fase de diseño del diagnóstico

2b) Fase de recolección de información de campo

2c) Fase de análisis y sistematización de resultados

Resultados y Discusión. El ejido “El Colorado”, se localiza en el municipio de Hermosillo, Sonora, a 111.41 de longitud y 28.28 de latitud, a una altura de 10 metros sobre el nivel del mar (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010).

Tiene una población menor a 50 personas, donde el 7,69% de la población es analfabeta, siendo el grado de escolaridad de 5.83 (Sin primaria terminada), donde el 69.23% de la población mayor de 12 años está ocupada laboralmente, representado por un 87,50% de los hombres y el 40,00% de las mujeres,

(Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010). Brevemente, se puede mencionar que en esta localidad solo el 30% de la población cuenta con electricidad, no hay señal para teléfonos móviles, ni internet, convirtiéndolo en un atractivo turístico para escapar de la ciudad e ir a descansar y disfrutar de las actividades propias del turismo rural.

Es una planicie costera, con matorral, con vegetación de dunas costera, sobre su fauna se puede mencionar que, existen especies como lobos, zorros, puerco espín, ocelote, jaguar, liebre, víbora de cascabel y tortuga en tierra, mientras que en el medio acuático se puede observar Ballena Gris, Azul y Jorobada; Delfín, Orca y Caracol (INEGI, 2010). Debido a lo anterior se puede realizar observación de especies tanto en agua, como en tierra, mediante la práctica del Kayak, Snorkel y Paddleboard, así como de pesca o senderismo. En el que abundan especies como el Cochito, el Pargo, las Almejas, los Callo de hacha, además de la Langosta, por lo que es posible disfrutar de una gastronomía local, especialmente conformada de mariscos.

Retomando lo anterior se propone, aprovechar la obscuridad de la noche para poner en práctica el camping, con el beneficio de poder observar los cosmos y disfrutar de la tranquilidad de la comunidad, ya que es la misma comunidad, la que ofrece un espacio libre para poder poner en práctica este tipo de actividades, así mismo, es importante señalar que se procura la limpieza de los espacios por la comunidad.

Por otra parte, se pueden incluir rutas senderistas, donde se puede aprender de plantas endémicas del desierto de Sonora y en reconocimiento al cerro que le dio nombre, se puede apreciar también yacimientos de oro, mientras se disfruta de las mejores vistas de Sonora, teniendo como fondo la Isla de San Pedro Nolasco.

Es posible crear una amplia ruta de turismo rural, si se vincula los poblados vecinos, para apreciar los sembradíos de trigo, la sandía, la papa, algodón, maíz, melón, sorgo, garbanzo, vid, alfalfa y naranja, entre otros; Así como incluir visitas a ranchos ganaderos, que destacan por prestigio nacional de su producto. Además, se puede incluir la visita a la comunidad “Seri”, etnia que pertenece a la costa central del estado, quienes trabajan artesanías de palo fierro (tallado en madera del árbol de respectivo nombre), collares hechos por caracoles, conchas, vertebras de víbora de cascabel y pescado, o semillas, además de acostumbrar transmitir sus simbolismos en cada una de estas artesanías.

Conclusiones y Recomendaciones. El deseo de contacto con el medio rural se está convirtiendo en una tendencia, se puede afirmar que la demanda del turismo rural es creciente en el estado de Sonora, las personas buscan el contacto con una comunidad y con la naturaleza, escapar de la urbanidad, por lo que el ejido “El Colorado puede ser una opción.

Dicho lo anterior se podría proponer la aplicación de rutas senderistas con la intención de transmitir recetas medicinales, la observación sideral, la gastronomía local y regional,

apreciación de vestigios de oro, la práctica de camping. Disfrutando de la tranquilidad de esta comunidad, que muy amablemente abre las puertas al público en general. Sin embargo, por ser un sitio virgen, se recomienda cuidar la sostenibilidad en el desarrollo de las actividades al momento de darle auge.

Bibliografía:

DATATUR. (19 de Mayo de 2011). Recuperado el 05 de Diciembre de 2016, de Monitoreo Data

Tur: <http://www.datatur.sectur.gob.mx:81/Reportes/Reportes.aspx>

Diario Oficial de la Federación. (2013). *Programa Sectorial de Turismo*. Obtenido de Factores que debilitan la competitividad del sector turístico:

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5326572&fecha=13/12/2013

González, M. E. (2011). *Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México: las rutas agro-culturales*. Obtenido de

http://www.pasosonline.org/Publicados/9111/PS0111_11.pdf

Gurria, M. (23 de Julio de 2000). *Kiskeya Alternative Destination*. Obtenido de El Turismo Rural Sostenible como una Oportunidad de Desarrollo de las pequeñas Comunidades de los

Países en Desarrollo.: <http://kiskeya-alternative.org/publica/diversos/rural-tur-gurria.html>

Hernández, J. E. (05 de Marzo de 2017). *El Imparcial*. Obtenido de El Colorado: Playa pequeña, pero de grandes sorpresas:

<http://www.elimparcial.com/EdicionEnLinea/Notas/Noticias/05032017/1188373-ElColorado-Playa-pequena-pero-de-grandes-sorpresas.html>

INEGI. (2010). *Cuentame*. Obtenido de Información por Entidad.Censo de Población y Vivienda:

<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/son/poblacion/comotu.aspx?tema=me&e=26>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Obtenido de Censo de Población y Vivienda 2010:

<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/scitel/Default?ev=5>

Ricaurte, C. (2009). *Manual para el Diagnóstico Turístico Local*. Obtenido de

<http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-finalpost-2007.pdf>

Salido, P., Bañuelos, N., Romero, D., Romo Elsa, O. A., Rodica, A., & Olivares, J. (Noviembre de 2009). *Scielo*. Obtenido de El patrimonio natural y cultural como base para estrategias de turismo sustentable en la Sonora Rural:

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-45572009000300004&script=sci_arttext&tlng=en

GESTIÓN DE LA MICROEMPRESA TURÍSTICA RURAL E INDÍGENA. CASO ARROYO SECO, GUANAJUATO

Marlen Carrillo Grimaldo²², Rafael Guerrero Rodríguez²³.

Palabras clave: Economía Solidaria, Turismo Rural, Micro emprendimiento Indígena, Desarrollo Local, Alternativas Económicas.

Introducción. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), emplean cerca del 60% de la fuerza laboral total en el mundo. Contribuyen a la producción, cumplen objetivos sociales, y provisionan empleo (Al-Mahrouq, 2010).

El turismo rural tiene como características la dimensión social y espacial que busca integrar a la comunidad en forma envolvente y con participación activa, involucra al turista con la comunidad. La finalidad es el conocimiento de la cultura rural, de las actividades, tradiciones y estilo de vida (Serrano, 2010). La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2014), estima que el 22% del territorio planetario es utilizado por pueblos indígenas, de 370 a 500 millones de personas y casi 7 mil lenguas en el mundo. Sin embargo, son susceptibles a sufrir situaciones de marginación, pobreza extrema y otras violaciones a sus derechos.

Problemática. La oferta turística actual y las políticas públicas, favorecen el desarrollo de productos y servicios tradicionales, dificultando las alternativas empresariales en el ámbito rural.

Justificación. La presente investigación tiene como fin impulsar las políticas públicas actuales del sector turístico hacia una orientación social.

Es una manera de hacer visibles los destinos emergentes que van acorde con la perspectiva del turismo sustentable y ético, los cuales sirven para entender los efectos ya sea negativos o positivos de la implementación de micro emprendimientos turísticos en el ámbito rural e indígena. Finalmente, el análisis aporta a la generación de conocimiento para entender mejor cómo se organizan estos micro emprendimientos y cómo evolucionan.

Objetivo. Investigar de qué forma se lleva a cabo la gestión empresarial de un micro emprendimiento turístico en un contexto rural/indígena.

Metodología. Investigación de tipo cualitativa y exploratoria; con herramientas como *Encuesta Semi-estructurada de Satisfacción del Visitante* con 14 reactivos, fichas de observación e informantes clave y entrevista abierta con 72 reactivos considerando los aspectos: *Sociodemográficos-culturales- geográficos* (Alulima, 2012); *Capital humano y social y empoderamiento* (El Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola FIDA, 2015); *Ingresos y activos de del negocio y los hogares* (FIDA, 2015); *Técnicas administrativas* (Monares et al., 2002); *Gestión financiera* (Monares et al., 2002); *Buenas prácticas en*

²² marlencarrillog@gmail.com. Licenciada en Administración de Recursos Turísticos.

²³ guerrerorafael1@gmail.com Doctor en Estudios para el Desarrollo.

desarrollo territorial (Pérez, 2008); *Competitividad turística* (Cooperación para el desarrollo CODESPA, 2013); *Plan de mercadotecnia* (Monares et al., 2002); *Alianzas público-privadas-comunitarias estratégicas* (CODESPA, 2013); *Políticas e instrumentos institucionales* (FIDA, 2015); y *Responsabilidad social y ambiental* (CODESPA, 2013).

Como universo para esta investigación se consideró a la comunidad de Arroyo Seco, en Tierra Blanca, Guanajuato; específicamente al micro-emprendimiento turístico de las Cactáceas Gigantes, objeto elegido por tratarse de una microempresa, de propiedad indígena en el contexto rural, con capital de inversión nacional y dirigido por una mujer.

Resultados y discusión. En el km. 29 de la carretera San José Iturbide- Tierra Blanca, en la comunidad Arroyo Seco se ubica un micro emprendimiento de turismo rural y medicina tradicional indígena. Se conforma por una sociedad familiar donde la principal actividad es el senderismo, campamento y observación de cactáceas gigantes (2.8 m. es la medida de la más grande conocida, especie que crece 5cm. anuales aproximadamente).

La idea surge por la necesidad de proteger a las cactáceas de los constantes saqueos y a sabiendas de su unicidad, en 2005 decidieron iniciar con recorridos a \$10.00MXN recibiendo a 3 visitantes semanales en promedio. Actualmente recibe más de 200 visitantes al mes en temporada alta y 100 en temporada baja con un costo de \$40.00MXN por persona.

El territorio es de propiedad familiar, 60% heredada y el resto adquirido posteriormente. La inversión inicial fue de \$0. Posteriormente se gestionó un apoyo con Desarrollo Social de \$138,000. MXN. Para cercar el terreno y poner un letrero en la entrada.

La empresa es dirigida principalmente por de la Sra. Antonia F., octogenaria otomí conocida mejor como la Abuela, experta en medicina tradicional. Actualmente su hijo Toribio V. y su Yerno, Ligorio R. son los que realizan los recorridos turísticos y quienes administran el dinero. Las decisiones se toman a manera de consenso y otros miembros de la familia también participan. Los recursos monetarios provenientes de la medicina tradicional se reparten en tres partes iguales: una para la Sra. Antonia, otra para Don Toribio y la última para reinversión. Los recorridos son ganancia de quien dirige el grupo, aunque se destina una parte para la conservación de la zona.

En total son 2 encargados y se benefician cerca de 4 familiares en temporada baja y hasta 6 en temporada alta. Sus actividades complementarias son la construcción, la siembra, bancos de arena y venta de pulque.

El 95% de los visitantes son del Estado de Guanajuato y a su vez, el 64% de los visitantes al sitio son menores de 35 años. En cuanto a su nivel de estudios, los visitantes tienen nivel de licenciatura en un 59% y un 27% de posgrado.

El 91% de los visitantes encuestados indicaron que han acudido al sitio más de una vez. En su mayoría viajaron con familia. Los medios por los que conocieron el sitio fueron 73% por recomendación y el 18% por internet El 95% viajó en vehículo propio y el 5% en transporte rentado. Sus percepciones indican que el trato del personal fue lo que más les satisfizo, seguido de la belleza del entorno. Lo que menos los satisfizo fueron las instalaciones y los servicios ofrecidos. La percepción general del sitio indica que el 68% lo considera excelente. Finalmente, el 95% de los visitantes regresarían y recomendarían el sitio.

Conclusiones y recomendaciones. En esta investigación se argumenta que la empresa ha sido creada y manejada de manera empírica e incidentalmente debido a la naturaleza única de la zona. Las motivaciones de los microempresarios son el cuidado del ambiente, la difusión de la cultura hñähñu (otomí), el apoyo a la comunidad, el turismo no invasivo y como última instancia, los ingresos económicos.

Las dificultades que enfrenta la microempresa analizada son la discriminación por pobladores de la zona, la falta de recursos para mejorar las instalaciones, la falta de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación; y la escasez de capacitación, sobre todo, en temas relacionados a la formalidad ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a través del Servicio de Administración Tributaria (SAT).

Los propietarios visualizan su negocio a futuro (al año 2020), con mejores instalaciones de servicio para el visitante y oficinas de recepción, así como la implementación del servicio de comida tradicional. En cuanto a la medicina tradicional, en un largo plazo esperan patentar las recetas y exportar. Finalmente, se observa que la microempresa rural se maneja como un complemento económico a otras actividades desarrolladas en la comunidad y a su vez, es evidencia de que el turismo rural ha sido una alternativa a la migración debido a que uno de los miembros de la sociedad familiar cambió su trabajo en la cosecha de vegetales en Estados Unidos de América por los beneficios de este microemprendimiento.

La contribución de este trabajo en el contexto de la microempresa rural y turística es relevante, ya se justifican los esfuerzos para alcanzar estándares de calidad y competitividad que les permitan consolidarse, coincidiendo con el autor Edgar J. Gálvez (2011).

Bibliografía

- Al-Mahrouq, M. (2010). Success Factors of Small and medium-sized Enterprises (SMES): the case of Jordan. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 10(1), 1-16.
- Alulima, R. (2012). *Caso de Estudio Proyecto de Desarrollo Corredor Central Ecuador*.
- El Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola en España FIDA (2015). *Manual de evaluación, Oficina independiente de evaluación (IOE)*.
- Gálvez Albarracín, E. (2011). Cultura Intraemprendedora e Innovación: un Estudio Empírico en las MIPYME Turísticas Colombianas. *Cuadernos de Administración*, 27 (46), 103-114.
- Monares, P., Monares, A., & Bustamante, W. (2002). Gestión de nuevos negocios para la microempresa rural. *Programa de apoyo a la microempresa rural PROMER (IICA-FIDA)*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2014). *Base de Datos Global de los IUCD (2014) Indicadores Unesco de Cultura para el Desarrollo*. Recuperado el 20 de octubre de 2017 de: <https://es.unesco.org/creativity/indicadores-de-desarrollo/caja-deherramientas>
- Pérez B. (2008). El Patrimonio Inmaterial en proyectos de desarrollo territorial en Comunidades Indígenas de Los Andes Peruanos. *e-rph-Revista electrónica de Patrimonio Histórico*, (3), 138-162.
- Serrano, A. M. P., Sánchez, J. P. J., Valverde, B. R., & Arnaiz, F. C. (2010). Turismo rural y empleo rural no agrícola en la Sierra Nororiente del estado de Puebla: caso red de Turismo AlternativoTotaltikpak, AC. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM*, (71).

HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL APLICADAS AL TURISMO RURAL: CASO DE ESTUDIO PUEBLO DE CÓCORIT

Magda Lorenia Zazueta Lizárraga²⁴ Belinda Virginia Lamadrid Bours, Karina Alejandra Hinojosa Taomori.

Palabras clave: Marketing, Turismo Rural, Pueblo de Cócort.

Introducción.

Antecedentes. El turismo rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, o natural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1000 o 2000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño, así está considerado por Wikipedia.

Es por ello que se busca mediante la explotación de los recursos elevar el nivel económico y social del destino. El pueblo de Cócort, cuenta con diversos atractivos turísticos, los cuales han ido en aumento y esto se ve reflejado tanto en lo económico como lo social.

Por ello el planteamiento del problema es el siguiente:

¿El desarrollo de estrategias de marketing digital podrá posicionar al pueblo de Cócort como un destino de turismo rural?

Justificación: SECTUR, cuenta con programas de financiamiento para el turismo rural, buscando modernizar y mejorar la calidad de los servicios turísticos, por ello es de suma importancia la elaboración y aplicación adecuadas de estrategias de mercadotecnia que logren posicionar a Cócort como destino turístico rural.

Objetivo: Analizar si el pueblo de Cócort a través del uso de medios digitales y diseño de estrategias de marketing digital permitan promoverlo como un destino de turismo rural comunitario, competitivo y responsable.

Metodología: El tipo de investigación empleado es de tipo exploratorio ya que el objetivo es analizar la situación en la que se encuentra la proyección en medios digitales del pueblo de Cócort y en base a ello determina una serie de alternativas o estrategias de marketing online que le permitirán tener una proyección más eficiente.

De acuerdo con Kotler (2012) el marketing digital es el conjunto de actividades que una empresa o personas ejecuta en internet con el objeto de atraer nuevos negocios y desarrollar una identidad de marca.

Es por ello que el desafío para los profesionales de marketing es evaluar que innovaciones son más relevantes para su organización y tratar de obtener una ventaja introduciéndolas, de tal manera que las técnicas de marketing digital se integren eficazmente con las comunicaciones de marketing tradicionales. Chaffey (2014).

El siguiente cuadro muestra la relación entre las estrategias de marketing, las estrategias del modelo de marketing digital y sus aplicaciones operativas. Torres (2009), afirma que en Internet los consumidores están siempre inmersos en diversos ambientes y contextos de forma

²⁴ mzazueta@itesca.edu.mx

interconectada y dinámica, y por lo tanto estas siete acciones y estrategias deben ser coordinadas e integradas pues cada una producirá resultados diferentes.

<i>Estrategia de Marketing</i>	<i>Estrategia de Marketing Digital</i>	<i>Acciones Tácticas y Operativas</i>	<i>Tecnologías y Plataformas Empleadas</i>
<i>Comunicación corporativa; Relaciones Públicas</i>	Marketing de búsqueda o contenido	Generación, producción y publicación de contenido	Blogs; SEO-Search Engine Optimization (optimización de sitios web); SEM-Search Engine Marketing (marketing de búsqueda)
<i>Marketing de relaciones</i>	Marketing de medios o contenido	Acciones en redes sociales; Acciones con bloggers	Twitter, Facebook, Youtube, LinkedIn, otros.
<i>Marketing directo</i>	E-mail marketing	Newsletter, promociones y lanzamientos.	Email; SMS
<i>Publicidad y Propaganda, Marketing de Guerrilla</i>	Marketing viral	Envío de videos, animaciones y música; publicaciones de widgets	Redes Sociales; Youtube y widgets virales.
<i>Publicidad y Propaganda; Branding (construcción de la marca)</i>	Publicidad online	Banners, Podcast y videocast y; Widgets; Juegos online	Sitios web y blogs; medios sociales; Google AdWords
<i>Investigación de mercado; Branding</i>	Investigación online	Búsquedas y dipping; Monitoreo de mercado; Monitoreo de medios	Google; Redes sociales y dipping
<i>Monitoreo</i>	Modelo PDCA-Plan, Do, Check, Act (planear, ejecutar, verificar y actuar)	Monitoreo de marca; Monitoreo de medios	TweetDeck; Google Alerts; Google Analytics

Fuente: Adaptado de Torres (2009)

De acuerdo a Méndez (2013) Como reflejo de estas nuevas perspectivas, tendencias y comportamientos de los consumidores se constató la necesidad de elaborar nuevas estrategias de marketing para poder alcanzar, influenciar y relacionarse con los consumidores. las redes sociales comienzan a desempeñar un papel estratégico como estrategias de marketing digital, que Pesonen (2011) considera como marketing " boca-oreja" y justifica al decir que los consumidores interactúan con otros consumidores utilizando la propia red social de la organización de turismo, permitiéndoles el intercambio de información, datos, experiencias y confiabilidad, o sea sirviendo como fuente para tomar decisiones.

De acuerdo a Merca2.0 Internet es crucial dentro de las estrategias de marketing digital.

Se visitaron diversos medios digitales como son: VisitaCócorit, Facebook, Instagram (cocoritpueblomagico y visitacocorit), Twitter @visitacocorit, visitaobregon.gob.mx, Flickr, youtube, el blog <http://cocoritsonoramexico.blogspot.mx/>, y Tripadvisor.

Resultados y discusión: De acuerdo a diversos análisis realizados sobre todo en medios digitales y a través de entrevistas con diversos actores del turismo en Cócorit, se encontró que no existe una visión a largo plazo y por ende un plan de marketing en medios digitales que permita la proyección del pueblo como un destino de turismo rural y cultural.

Es por ello que el alcance principal de este proyecto es primero que nada realizar un diagnóstico y en base a ello diseñar una serie de estrategias que permitan en una primera etapa construir un plan de marketing en medios digitales para la difusión y proyección del pueblo de Cócorit como un destino de turismo rural.

En un primer análisis se identificaron los siguientes factores:

- OCV (oficina de convenciones y visitantes) cuenta con un sitio oficial que es VisitaCócorit, el cual cuenta con las principales redes sociales, a continuación, se hace un breve análisis de los mismos:
- El pueblo cuenta con una página de Facebook la cual no es dinámica y no permite la interacción con el usuario.
- En Instagram cuenta con proyección a través de cocoritpueblomagico y visitacocorit, sin embargo, cuenta con pocos seguidores y no son dinámicas.
- En Twitter de igual forma su cuenta oficial es @visitacocorit funciona como un sitio informativo de las actividades. El #visitacocorit ha mostrado mayor dinamismo por parte de los usuarios de la red social en la que muestran imágenes y actividades del pueblo sobre todo resaltando el Street art (arte en las calles) del pueblo. A través del mismo hashtag se pueden observar algunos blogueros locales realizar comentarios sobre el pueblo.
- En el sitio visitaobregon.gob.mx se encuentra información histórica del pueblo.
- El sitio Flickr cuenta con más de 400 fotos relacionadas a Cócorit □ En YouTube, no se cuenta con un sitio oficial.
- Cuenta con un Blog denominado <http://cocoritsonoramexico.blogspot.mx/> mismo que no se actualiza desde el 2014.
- No cuenta con un sitio web oficial, ni tampoco se encuentra en Tripadvisor.

Conclusiones y recomendaciones: Cualquier tipo de organización debe tener una participación activa en medios y redes sociales, pues además de la interacción con los usuarios permiten la interactividad entre la oferta y la demanda de productos y servicios turísticos y la creación de estrategias de marketing innovadoras.

Para que las estrategias de marketing digital funcionen es necesario estén integradas unas con otras en el sitio Web principal. El nuevo turista utiliza su Smartphone, como su mejor guía de viajes, es por ello la prioridad para el sector turístico de la región de contar con una estrategia bien planeada y coordinada.

Algunas recomendaciones son:

- Creación de una página web para móviles, que sea amigable y que contenga una atención a clientes de manera inmediata.
- Vinculación de diversas redes sociales como Facebook, Instagram, Flickr, YouTube y Twitter, que se convierta en una red social activa, publicando lugares o situaciones de mayor impacto.
- Diseño de Apps (aplicaciones) que contenga toda la información turística de Cócorit actualizada.

Referencias bibliográficas

- Chaffey, D. y Ellis-Chadwick, Fiona. (2014). Marketing Digital. (Estrategia, implementación y práctica), México: Pearson. Pág. 8,
- Kotler, Philip. (2012). Marketing. México: Pearson.

- Méndez, A. y Gándara (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales Un estudio comparativo entre destinos turísticos. Estudios y perspectivas. tur. vol.22 no.1 Ciudad Autónoma de Buenos Aires ene./feb. 2013
- Mesa Editorial Merca2.0. (2016) ¿Qué es el social bookmarking y para qué sirve? Marzo 25, 2018, de merca20 Sitio web: <https://www.merca20.com/social-bookmarking-sirve/>
- Pesonem, J. (2011) "Tourism marketing in Facebook: comparing rural tourism SME's and larger tourism companies in Finland". En: Law, R.; Enero 26-28, pp. 537-546
- Sectur (2015). Financiamiento turístico. Julio 02, 2015, de Sectur Sitio web: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/impulso-al-financiamiento-e-inversiones-turisticas>.
- Torres, C. (2009) "La Biblia de Marketing Digital: todo lo que quería saber sobre el marketing y la publicidad en Internet y no tenía a nadie a preguntar." Empleos en Novatec
- Wikipedia (2018). Turismo rural. Mayo 05, 2018, de Wikipedia Sitio web: https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_rural

LA COCINA ANCESTRAL MEXICANA: RESCATE DE CULTURA Y TRADICIÓN

Mtra. Verónica Roaro Fuentesi y Mtra. María del Carmen Hinojosa Quirósii.

Palabras clave: Gastronomía, Ancestral, Conservación, Rescate

Introducción.

Antecedentes. La actual cocina mexicana tiene su origen en la ancestral cocina prehispánica, además de la influencia de un fuerte mestizaje. La fusión de la cocina prehispánica y el mestizaje que se dio después de la Conquista, dio como resultado la extraordinaria gastronomía mexicana actual.

Esta gastronomía ha pasado de generación en generación a lo largo de los siglos. Es a través de diferentes iniciativas que se conserva hasta hoy esta tradición milenaria que es reflejo de la cultura de todo un pueblo.

Objetivo: Analizar iniciativas orientadas al rescate, conservación y difusión de la cocina ancestral mexicana.

Con esta investigación, se busca fomentar la cultura culinaria mexicana, con el fin de que no se pierda con el paso del tiempo. Se requiere del apoyo, reconocimiento y difusión de profesionales, investigadores, estudiantes, profesores e incluso de las familias para lograr este objetivo.

Metodología: Para la realización de este proyecto se utilizó la investigación documental para identificar diversas iniciativas que promuevan la conservación de nuestro patrimonio gastronómico.

Resultados y Discusión: México es un país con gran riqueza tanto en recursos naturales, como en tradiciones y costumbres. Parte de esa riqueza se refleja en su gastronomía, fruto de una cocina ancestral rica en ingredientes y preparaciones que han pasado de generación en generación.

La cocina tradicional se identifica con la cocina de nuestras abuelas y de sus abuelas. Es el cúmulo de valores y conocimientos a través del tiempo que dan identidad cultural a una sociedad y, que recogen e incorporan otros elementos y los cambios de las nuevas tendencias. Por ello, es más que el patrimonio que nos legaron quienes nos precedieron.

(Conservatorio de la Cultura Gastronómica, 2012:149)

Actualmente, los avances tecnológicos, el estilo de vida y la pérdida de los valores familiares, entre otros factores han puesto en riesgo una tradición ancestral. Es por ello que han surgido iniciativas diversas con el objetivo de rescatar y conservar esta riquísima cultura culinaria.

“Hay que concluir que en México es preciso evitar que se pierdan estas características originarias de una cocina que nos da identidad y que sigue formando parte esencial de la vida ritual ceremonial y del imaginario colectivo que nos permite la existencia misma”.
(Conservatorio de la Cultura Gastronómica, 2012:20)

Una de los principales logros, fue el alcanzado el 16 de noviembre de 2010, donde una cocina tradicional quedó inscrita en la lista de Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO: “La cocina tradicional mexicana: cultura comunitaria, ancestral, popular y vigente: el paradigma de Michoacán”.

Pero no fue fácil obtener este reconocimiento, principalmente lograr hacer comprender a los analistas que se basaban en patrones y estándares que no se adecuaban del todo a un elemento diferente como es la gastronomía, que un platillo va mucho más allá de lo presentado en una mesa, que hay una historia detrás. Buscando sustentar esta afirmación, la propuesta mexicana apostó a criterios que se apagaban más a la cultura ancestral, la biodiversidad del territorio, la historia, las fiestas y ceremonias entorno a cada uno de los ingredientes, además por supuesto, de la identidad comunitaria generada alrededor de estos.

Otra iniciativa la presentan las llamadas “Mujeres del maíz”, un grupo que se conformó en agosto de 2011, encabezado por la Lic. Maru Toledo y apoyada por un grupo de investigación dedicado al rescate de la tradición gastronómica de Jalisco.

Igualmente, hay esfuerzos individuales y grupales que persiguen el objetivo de rescatar, conservar y difundir la gastronomía mexicana, tal es el caso del Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana con la participación del chef Ricardo Muñoz Zurita, quien ha expresado en múltiples ocasiones y lugares, “sin una cocina basada en nuestra tradición no tendríamos lo que tenemos ni seríamos lo que somos”. Otros personajes como son Enrique Olvera, Jorge Vallejo, Edgar Núñez y Ricardo Muñoz Zurita, entre muchos otros, e investigadores como José Iturriaga y Diana Kennedy han contribuido a través de diferentes medios con el mismo objetivo.

Sin embargo, aún quedan muchos retos por delante. Gloria López, fundadora del Conservatorio de la Gastronomía Mexicana expresa: “Es importante armonizar la labor con el gobierno y lograr un verdadero enlace con los diferentes niveles, ya que es ahí donde se dictan las políticas públicas”

Conclusiones y Recomendaciones: La gastronomía mexicana ha sido reconocida a nivel mundial y la base para este logro es la cocina ancestral, la que preparaban nuestros antepasados.

Es deber de las personas involucradas en este ámbito, promover la gastronomía ancestral mexicana en búsqueda de conservar la tradición y conocimientos adquiridos a lo largo de miles de años y, este trabajo de investigación, busca precisamente sentar las bases documentales para dar pie a la realización de nuevos proyectos que contribuyan a lograr dicho objetivo.

A las familias y a la industria, se les propone aprovechar esta tecnología para hacer los procesos en menor tiempo y de manera segura, al mismo tiempo que se cuida de respetar la base de cada platillo, los ingredientes de la mejor calidad y adecuados. Es de vital importancia ocuparse de dejar por escrito las aportaciones culinarias de las familias, para que los nietos de nuestros nietos aún tengan acceso a las verdaderas recetas, las tradicionales, las originales, que, aunque las preparen en una estufa y no en un fogón, en una olla de acero y no en barro, comprendan la esencia del platillo, el alma que vive en éste desde hace tantos siglos. Se deben conservar y fomentar las reuniones entorno a la mesa, las comidas familiares en las cuales los

integrantes de la familia cooperan en la preparación y servicio de los alimentos y la mesa y otros muchos la disfrutan.

En esto radica nuestro compromiso, en conservar los conocimientos que han pasado de generación en generación, en aprovechar la riqueza que nos regala nuestra tierra, mares, ríos y lagos, en valorar los utensilios y técnicas tradicionales, en aprovechar los avances tecnológicos, pero siempre abrazando la tradición, en ser mexicanos que demos a conocer nuestra cultura.

Referencias Bibliográficas

- Chen, M.A. (2017, 17 de octubre). La cocina mexicana como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. *Food and Travel*. Recuperado de <http://foodandtravel.mx/>
- Conservatorio de la Cultura gastronómica Mexicana S.C. (2012) *Elogio de la cocina mexicana. Patrimonio Cultural de la humanidad*. México: Artes de México.
- García Salazar, J. (coord.) (2000) *Diccionario de cocina y hostelería*. España: R y B Ediciones
- Hinojosa, M. (2008). *Un nuevo recorrido por las regiones gastronómicas de México (tesis de licenciatura)*. Escuela de Administración de Instituciones de la Universidad Panamericana. México.
- Juárez López, J.L. (2008) *Nacionalismo culinario. La cocina mexicana en el siglo XX*. México: Consejo Nacional para las Cultura y las Artes.
- Krauze, E. (1996-1997) *La cocina mexicana a través de los siglos. (10 Volúmenes)*. México: Fundación Hérdez A.C.
- Nájar, A. (25 de septiembre de 2009) Cocina mexicana ¿patrimonio cultural?, *BBC Mundo*. Recuperado de <http://www.bbc.com/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2009) *La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán*. Cultura UNESCO. Recuperado de <https://ich.unesco.org/es/>
- Saldaña, A. y Hop, A. (2015) *Ciudad de México: Capital Gastronómica*. México: Travesías y CDMX
- Toledo, M. (2016) *Antes de que el tiempo nos alcance*. México: Amate Editorial

LAS GRUTAS DE ALAMITOS. CASO: MUNICIPIO DE RIOVERDE SAN LUIS POTOSÍ

Edgar Lara Palomo, Liliana Stepany Sifuentes Barrón, Ana Maria Aguilera Sánchez

Palabras clave: Grutas, formación, señalética.

Introducción.

Antecedentes. Una gruta es una cavidad de buen tamaño que se forma bajo de la tierra, cuando el agua de la lluvia se filtra entre las rocas calcáreas, y las va disolviendo en un proceso que dura miles de años. (Del Carmen, 2011).

El paisaje que ofrecen las grutas resulta muy espectacular y más aún cuando las cavernas están compuestas por salones, que son todos los ensanchamientos dentro de la cueva. Las rocas de las grutas presentan formas caprichosas; a veces recuerdan figuras de animales y objetos diversos, (Cano y Martínez, 2004).

En la localidad de Alamitos situado en el municipio de Rioverde, San Luis Potosí, uno de los lugares más importantes son las grutas que se encuentran en dicho sitio, con el nombre: (Catedral, el Ángel y la del Cristal).

Un camino de tierra y piedras rodeado de paisajes contrastantes que oscilan entre flores de azahar pasa por una naturaleza árida caracterizada por mezquites, nopales y cactus e incluyen árboles que parecen estar secos pero que están cubiertos de paistle fresco. (Quintanar, H, B. 2009).

Se puede observar la majestuosidad de las estructuras rocosas de este lugar, es la más grande de la región, su interior se asemeja a una iglesia o catedral de dimensiones monumentales, lo que da origen a su nombre, contando con luz natural que penetra por la entrada y por dos orificios que se encuentran en lo que sería la bóveda de la catedral. Se puede identificar: el altar, el púlpito, los reclinatorios hasta el coro con su órgano. (Limón, A. 2016).

Al iluminar las rocas, estas brillan de una manera muy singular, también se encuentran estalactitas y estalagmitas desde pequeñas y en formación hasta las que se forman a través de prolongados periodos de tiempo.

Se llevan 20 años guiando a la gente que quiere conocer su interior, donde se han encontrado incluso esqueletos que fueron analizados y se determinó que tienen más de 400 años, (Torres, 2016).

Se conoce toda su estructura, lo que implica su ubicación geográfica, hidrología, tipo de suelo etc. Como lo es también conocer un poco de su historia, su población, como vive la gente, vías de acceso del lugar, localización, entorno económico, fechas recomendables para visitarlo y en fin otro aspecto que adentra al turista a conocer un poco más de las Grutas de Alamitos, de acuerdo con “El Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Mundial” (INAFED). Espeleismo: Actividad que consiste en realizar descensos en grutas, cuevas, sótanos y cavernas y apreciar las diferentes estructuras geológicas, flora y fauna. La espeleología es una disciplina que tiene fines científicos y de investigación; el espeleísmo tiene fines recreativos y de apreciación. (Espin, 2012).

Planteamiento del problema: Se identificó la falta de señalética adecuada según las reglamentaciones oficiales de la norma oficial mexicana (NOM-033-SEGOB); actualización y renovación de la información proporcionada al turista y público en general; tomando en cuenta la falta de equipo necesario para realizar la actividad (NOM-09-TUR-1997), además de la falta de cuidado, preservación del lugar, capacitación y certificación de los comuneros como prestadores del servicio y cuidadores del sitio.

Justificación: La finalidad del proyecto es la preservación y conservación del entorno a través de la capacitación del uso adecuado del equipo de seguridad para ingresar a las grutas; así mismo fortalecer el espeleismo (actividad ya implantada en la zona) con la preparación y certificación a las personas de la comunidad que manejan el sitio.

Objetivo: Con el presente trabajo se pretende generar la señalética basados en las normas de seguridad, para fomentar la conservación de las Grutas de Alamitos. En este sentido se pretende a mediano plazo visitar a instituciones correspondientes como secretaria de medio ambiente y recursos naturales SEMARNAT, secretaria de ecología y gestión ambiental SEGAM así como ayuda económica a través del programa SEDESOL, para que sea implementada e inclusive ampliar a otras áreas similares.

Metodología: La investigación desarrollada se presenta bajo el enfoque cualitativo, el cual utiliza la recolección de datos sin medición numérica, para describir, comprender e interpretar los fenómenos. Para llevar a cabo la misma, se emplean diferentes técnicas como la observación no estructurada, revisión de documentos y evaluación de experiencias personales, entre otras.

Teniendo en cuenta que se aplicará este método al fenómeno del turismo, es importante mencionar que el proceso de investigación de las prácticas turísticas, tiene como finalidad “producir cierta información relevante y necesaria para dar una respuesta a la demanda que en su momento que dio pie a la investigación”.

Procedimiento: A fin de verificar los beneficios de la implementación de un eficaz sistema de señalética se lleva a cabo una investigación en un caso de estudio particular, las Grutas de Alamitos.

Se realizó un trabajo de campo, que consistió en la observación, descripción y el relevamiento fotográfico de la señalética de cada una de la localidad que integran las Grutas de Alamitos. Luego, tomando como unidad de análisis los accesos a la localidad, se realiza el diagnóstico del sistema de señalética y se plantean diferentes propuestas para optimizar la utilización del mismo en el caso de estudio.

Tipo de investigación: El método aplicado para la realización de este proyecto es la investigación cualitativa y de campo, de tal manera que el proceso de investigación fue de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo. La observación constituye un método de toma de datos destinados a representar lo más fielmente posible lo que ocurre, la realidad. Piéron (1986).

Resultados y conclusiones: El análisis de la información indicó que el total de los entrevistados, el 65% de los visitantes hace recalcar la falta de atención y conservación de las grutas ya que están muy descuidadas; la gente de la misma comunidad no hace conciencia de este deterioro, mientras que el 35% está conforme en cómo se encuentran en este momento las grutas ya que para ellos es de su interés solo la gruta de la catedral y no consideran los

otros productos turísticos existentes de lo anterior es necesario trabajar con el diseño de una estrategia de conservación en donde se capaciten a los residentes para que cuenten con los conocimientos necesarios para la preservación del sitio y se situé una buena señalética del lugar.

Por otra parte las grutas de la catedral no se consideran como patrimonio nacional ya que no cumple con los tres requisitos establecidos por la UNESCO que son: ser un ejemplo representativo de algún periodo de la historia que incluya registros de los procesos de desarrollo sufridos así como los elementos naturales que lo conforman, que contenga fenómenos naturales que sea extraordinarios y de una singular belleza natural, que contenga los hábitats naturales necesarios para su conservación protegiendo así su diversidad biológica y especialmente las especies en peligro de extinción.

Es importante destacar que este atractivo natural en la zona media es parte de la evaluación regional de la actividad turística en el estado de San Luis Potosí (Juárez y Pérez, 2012).

Por otro lado, Morére y Perello (2013) señalaron que los habitantes y sus formas de vida son el atractivo diferenciador en la oferta turística, así como en el caso de Quintana Roo las grutas se deben preservar porque es parte del material tangible como elemento cultural para los turistas (Favela et.al. 2018)

Como ejemplo: Plan de señalética turística en la parroquia rural San Miguel de Non con la finalidad de facilitar el acceso a los turistas hacia el lugar. El incremento del turismo mejora los ingresos de sus habitantes generando fuentes de empleo que ayudara a que tengan una mejor calidad de vida y puedan desarrollarse en el ámbito del turismo y no solo la agricultura y ganadería. El objetivo del presente proyecto es implementar un plan de señalética turística para brindar mayor información a los turistas de sobre los atractivos turísticos con los que cuanta la parroquia, que lugares visitar, a cuantos kilómetros se encuentran cada uno de ellos, que actividades puede realizar, que flora, fauna y sobre todo como llegar a cada uno de los de estos lugares maravillosos. (Rodriguez, 2015)

Evaluación regional de la actividad turística en el estado de San Luis Potosí. Desarrollo de nuevos productos turísticos, buscando posicionar la vocación turística de San Luis Potosí y el desarrollo y promoción de rutas turísticas atractivas y con servicios integrales, así como reforzar los productos ya establecidos y proporcionar y ampliar la cobertura de información y orientación turística Promover acciones de infraestructura básica turística con el apoyo interinstitucional federal y estatal y vinculación con organizaciones educativas, culturales y ambientales, para apoyar las actividades del sector turismo. (Lara, 2018)

Conclusiones: Los resultados demuestran la necesidad de implementar capacitación hacia los residentes de la comunidad, así como el equipo requerido para llevar acabo la actividad del espeleismo. Por lo que se propone la implementación de una estrategia turística a través de la presentación de un programa de “emprendimiento en comunidades rurales” sin embargo por las carencias ya mencionadas aún no tiene un auge mayor; ya que este podría mostrarse como un atractivo natural, mejorando la calidad de vida de las personas de comunidad rural a través de las pertinentes formaciones para llevar a cabo la actividad, permitiendo su factibilidad, es indispensable que instituciones gubernamentales se involucren en la conservación y cuidado de lugares como este.

Referencias bibliográficas

- 2011, NOM-003-SEGOB-VIGENTE, “señales y avisos par protección civil; colores, formas y símbolos a utilizar”, Recuperado de:
<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/.../NOM-003-SEGOB-2011>
- Quintanar, H, B. 2009, Grutas Asombrosas inolvidables grutas subterráneas, México Desconocido, 36, 34-37.
- Limón, A. 2016, Grutas de Alamitos, un viaje a la imaginación, Recuperado de:<http://planoinformativo.com/nota/id/448495/noticia/grutas-de-alamitos,-un-viaje-a-laimaginacion.html>
- INAFED, Enciclopedia de los municipios y delegaciones de Mexico, Recuperado de:
<http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM24sanluispotosi/municipios/24024a.html>
- 1997, NOM-09-TUR,
- Cano Santana, Zenón y Martínez Sánchez, Juana. (2004). Las cuevas y sus habitantes. *Ciencias* 74, abril-junio, 78. 2011, del Carmen, ¿Qué son las grutas? Recuperado de: <http://yleveseyerazerp.blogspot.mx/2011/11/que-son-las-grutas.html>
- 2016, Torres, A. Grutas de Catedral, un atractivo poco conocido de San Luis. Recuperado de:
<http://pulsoslp.com.mx/2016/02/17/grutas-de-catedral-un-atractivo-poco-conocido-desan-luis/>
- Favela, M. D. A. N., Palma, M. S., & Martin, C. D. S. M., 2018, PERCEPCIÓN COMUNITARIA DE LOS USOS COTIDIANOS Y TURÍSTICOS DEL PATRIMONIO EN LA RUTA DE LAS IGLESIAS DE QUINTANA ROO. *TURISMO Y SUS IMPACTOS*, 26.
- Juárez, P. L., & Pérez, O. R. (2012) Evaluación regional de la actividad turística en el estado de San Luis Potosí.
- CLUSTER, C. (24 de 06 de 2014). *RELIFWEB*. Obtenido de RELIFEWEB:
<https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/Tipos%20de%20Alojamientos%20Temporales.pdf>

EL QUESO DE BOLA; UNA RUTA AGROALIMENTARIA SUSTENTABLE EN LA CABECERA MUNICIPAL DE OCOSINGO, CHIAPAS

Galindo-Díaz, María Eugenia; Banda Chiu, Karla Julieta²⁵; López, Gómez Ixtlilxochitl²⁵

Palabras claves: Queso de bola, ruta Agroalimentaria, desarrollo sustentable, productores, operadores turísticos.

Introducción:

Contextualización y/o antecedentes. El turismo es uno de los sectores de mayor dinamismo en la economía. De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2013). Ocosingo, es uno de los municipios del estado de Chiapas que se distingue por la producción local de quesos y por la enorme riqueza cultural, resaltando principalmente actividades enfocadas al agroturismo. (Poncella, A. M. F. 2015). De acuerdo a lo antes expuesto, y con la disponibilidad de los recursos necesarios para poner en marcha actividades enfocadas al agroturismo, se considera que la creación de una ruta agroalimentaria es una estrategia de desarrollo rural sustentable (M Blanco Murillo. 2012), lo cual se convierte en una alternativa de emprendimiento social (valor económico, social y ambiental), potencializando como principal producto el famoso queso de bola de Ocosingo.

Ocosingo es un municipio que produce queso de manera artesanal y a baja escala, es sabido que algunos productores se dedican a otras actividades agrícolas y pecuarias, y además venden su producto en sus diferentes variedades a otros municipios y estados, reconociendo que su nivel de ingresos es bajo en comparación a otros años. (JP Juárez Sánchez, B Ramírez Valverde 2009). Los productores, no han visualizado que en la actualidad cuentan con los recursos necesarios para potencializar la actividad turística en la modalidad de Agroturismo. (Agudelo, Mónica, y Alfredo Cesín. 2013).

Atendiendo a la definición de Agroturismo, para (Phillip, 2010), el agroturismo es un producto basado en una granja trabajada y la naturaleza del contacto entre el turista y la actividad agrícola. Valorar la importancia de los empleos e ingresos no agrícolas, y comprender la importancia de la identificación, caracterización, explotación y preservación de los recursos y los activos locales específicos, para generar procesos de bienestar en territorios rurales (Díaz., Soria, I.2013).

Planteamiento del problema. Ocosingo ha sido poco explorado turísticamente, a pesar de ser paso obligado entre San Cristóbal de las Casas y Palenque. La zona arqueológica de Tonina es su principal recurso y es considerada parte integral del recorrido hacia la zona de Palenque (OMT, 2013). Ocosingo, actualmente, no ofrece un producto turístico que motive al turista a visitar el lugar y cuando menos se hospede una noche o haga uso de otros servicios turísticos.

Se ha identificado que Ocosingo tiene una gran diversificación de productos agroalimentarios que aprovechar, tal es el caso de la gran variedad de quesos, y la extensa

²⁵ kennyalindo@hotmail.com División de Turismo y Gastronomía, Universidad Tecnológica de la Selva, Ocosingo, Chiapas, México

producción de café, producción de macadamia, producción de carne de conejo, productos de temporada, más, sin embargo, no se aprovechan como un potencial importante dentro de la gastronomía rural y mucho menos como un detonante en el agroturismo.

Justificación de la investigación. De acuerdo a lo comentado en el planteamiento del problema y a los resultados obtenidos en la investigación, se considera importante crear nuevas alternativas que mejore la afluencia turística a través del diseño de una ruta agroalimentaria en donde se aproveche todos los productos que se dan en esta zona, pero resaltando el queso endémico de la región.

Objetivo. Diseñar una ruta agroalimentaria que promueva la gestión significativa del rescate y aprovechamiento de productos agroalimentarios de la región, detonando principalmente el queso de bola, y al mismo tiempo reactivar la planta turística del municipio de Ocosingo Chiapas.

Metodología

Descripción de sujetos. Los principales sujetos para la obtención de datos, fueron la representante de con la Coordinación de Turismo Municipal, maestros de especialidad, maestros integrantes del cuerpo académico de investigación, productores queseros y agricultores que radican en el municipio de Ocosingo.

Instrumentos. Se utilizó un diseño metodológico mixto (cualitativo y cuantitativo) que incluyó el diseño y aplicación de la observación directa, reuniones con grupos involucrados, entrevistas, cuestionarios, cédulas de inventarios, fichas técnicas; procesadas mediante métodos estadísticos descriptivos y de muestreo. Además de la aplicación de 6 pruebas piloto.

Procedimiento. El desarrollo de la investigación se llevó a cabo en las localidades de San Cristóbal de las Casas, Ocosingo y Palenque, Chiapas, en donde se analizó el comportamiento turístico y la producción agroalimentaria. En el proceso de la investigación se consideró el tamaño del Universo y la muestra representativa para la realización del estudio. Se efectuó un análisis comparativo de cada uno de los recursos turísticos identificados en la localidad. Las encuestas se aplicaron en temporada alta (60%) y baja (40%). Los encuestados fueron seleccionados aleatoriamente. En cuanto a los entrevistados, se consideraron los datos que aportaron los productores queseros, campesinos y prestadores de servicios turísticos.

Tipo de investigación. La información obtenida fue a través del desarrollo de una investigación, cuyo método fue cualitativo-cuantitativo, de tal manera que el proceso de investigación fue de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo.

Resultados y discusión. El análisis de la información indicó que, en relación al perfil de turista y demanda turística a la ciudad de San Cristóbal de las Casas se debe a aspectos recreativos y culturales, en el caso de Ocosingo la razón se debió a aspectos de visitas familiares, de negocio y educación, y los motivos para visitar la ciudad de Palenque se originaron a realizar actividades relacionadas al turismo de naturaleza y cultural. Se detectó que el 77% de los visitantes buscan experimentar vivencias que estén vinculadas con el agroturismo. Se identificó que el 72% de los visitantes a Ocosingo son de nacionalidad mexicana, su estancia en Ocosingo es de 1-2 noches.

El resultado de la encuesta mostró que la edad promedio de los turistas es de 19 a 56 años, y sus los ingresos que generan son atractivos para los prestadores de servicios turísticos. Se pudo percibir que con los recursos que cuenta la cabecera municipal de Ocosingo, se pueden realizar actividades, tales como; taller de elaboración de queso, taller de gastronomía étnica, talleres artesanales, talleres de abono orgánico y degustación y maridaje de bebidas artesanales. Se hizo una demostración y degustación de productos queseros y artesanales.

Conclusiones y recomendaciones. La creación de una ruta agroalimentaria en la cabecera municipal de Ocosingo, Chiapas, forma parte de una de las grandes oportunidades del desarrollo rural sustentable y con ello contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los productores queseros, campesinos, gente de la comunidad involucrada. (Cervantes, Fernando, Abraham Villegas, Alfredo Cesín, y Angélica Espinoza. 2013).

Los visitantes se muestran motivados en participar en la adquisición de este nuevo producto. Los objetivos del plan de trabajo integral para diseñar circuitos agroturísticos en la cabecera municipal de Ocosingo, deben de estar direccionados a lograr un proceso de transformación, integración y fortalecimiento de las actividades agropecuarias y no agrícolas bajo un manejo sustentable de los recursos para el mejoramiento de los ingresos y condiciones de vida de las familias rurales, así mismo comercializar de los servicios agroturísticos ante las condiciones y exigencias actuales del mercado,

REFERENCIAS BIBLOGRAFICAS

- Agudelo, M. y Cesín, A. (2013). *Evaluación socioeconómica de los productores de queso Bola de Ocosingo, Chiapas*. Universidad Autónoma Chapingo. pp: 173-184.
- Cervantes, F., Villegas A, Cesín A, y Espinoza, A. (2013). *Los quesos mexicanos genuinos: un saber hacer que se debe rescatar y preservar*. Segunda edición. Editorial del Colegio de Posgraduados, Colegio de Posgraduados, Universidad Autónoma Chapingo, grupo MundiPrensa. 186 p.
- Díaz S, Coit, J. (2013). *Reflexiones sobre el Turismo de Proximidad como una Estrategia para el Desarrollo local*. México.
- Juárez Sánchez, B Ramírez Valverde (2009) *Turismo rural y desarrollo territorial en espacios indígenas de México*, - redalyc.org
- M Blanco Murillo. (2012) *La activación de los SIAL vía el agroturismo: análisis del potencial de articulación en cuatro territorios queseros de América Latina-Agroalimentaria*, - Universidad de los Andes.
- OMT (Organización Mundial de Turismo). 2013. Panorama
- Phillip, S.; Hunter, C. y Blackstock, K. (2010): «A typology for defining agritourism», Tourism Management.
- Poncella, A. M. F. (2015). *Turismo en Chiapas: Estrategias, luces y oscuridades*. Revista Paginas, 7(14), 99-123.

TURISMO COMO ALTERNATIVA PARA EL RESCATE DE TRADICIONES Y COSTUMBRES. ESTUDIO DE CASO COMUNIDAD INDÍGENA DE CHACALA

*Mtra. Fabiola Borbón Alvarado²⁶, Mtra. Marisa Gutiérrez Estrada, Mtra. Ana María
Flores Ibarra*

Palabras clave: Diagnóstico Rural Participativo, Patrimonio Inmaterial, Desarrollo Local.

Introducción:

De acuerdo con Henche (2005), en los últimos años se ha venido desarrollando el fenómeno turístico enmarcado en el medio rural, el cual se dirige a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos. Este tipo de turismo viene impulsado por la valoración de los modos de vida tradicionales, caracterizados por una mayor conciencia ecológica y el contacto con la naturaleza.

Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo una actividad económica complementaria, a través de la cual los pequeños productores diversifiquen y amplíen su fuente de ingresos. (Pérez, 2010). En este sentido, a partir del turismo rural, se desarrollan diversos esquemas para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas involucradas, el manejo adecuado de sus recursos y actividades productivas.

En el Municipio de Cuautitlán son reconocidas cinco comunidades indígenas descendientes de los nahuas que habitaron esta región antes de la Conquista, las cuales son caracterizadas por altos índices de marginación y una gran riqueza biocultural. A pesar de los procesos de aculturación vividos, se mantienen rasgos culturales manifestados en sus ceremonias, sistemas de producción, estructuras sociales, creencias, tradiciones y forma de vida en general.

Esta riqueza, sustentada en aspectos históricos, culturales, étnicos y geográficos les confiere potencialidad para el desarrollo del turismo basado en la sustentabilidad que responda a las nuevas formas de turismo que se demanda en la actualidad.

En este contexto es que se plantea un proyecto de investigación a partir del estudio del patrimonio cultural de la comunidad indígena de Chacala, municipio de Cuautitlán, a través del cual se analizan las posibilidades de diversificación de la oferta turística en base al patrimonio cultural. El área tomada como caso de estudio, es la comunidad indígena de Chacala, la cual cuenta con un rico patrimonio que incluye todas las categorías patrimoniales reconocidas en la actualidad.

La investigación permite visualizar por un lado la importancia de reconocer dicho patrimonio y por otro la necesidad de desarrollar productos innovadores en la región que permitan tanto incrementar la oferta de productos turísticos como reforzar los valores culturales que tienen las comunidades indígenas con el fin de que cuenten con una alternativa más que pueda provocar desarrollo local.

²⁶ borbonfabiola@gmail.com.mx.

El trabajo de investigación utilizado es de tipo exploratorio-descriptivo y propone estudiar la potencialidad turística de la Comunidad Indígena de Chacala, para determinar si en conjunto, los elementos físico-geográfico y socioeconómico-cultural, constituyen un potencial de interés, que pueda favorecer el desarrollo de actividades turística de bajo impacto o sustentables, en las que se podrían involucrar a las localidades rurales indígenas que se localizan en el municipio, para mejorar su calidad de vida.

A partir de la realización de una visita de reconocimiento del área en estudio, fue posible identificar elementos bioculturales significativos que pueden ser aprovechados de manera sustentables a partir de actividades productivas relacionadas con el turismo. Se identifican aspectos gastronómicos, culturales y de naturaleza susceptibles de aprovecharse turísticamente.

Se llevó a cabo un diagnóstico rural participativo con el objetivo de obtener de manera directa información primaria de campo en la comunidad y con un grupo representativo, se realizaron mapeos, calendarios de actividades continuas y estacionales, diagramas históricos, cuadros representativos del patrimonio inmaterial, así como entrevistas semiestructuradas.

En el estado de Jalisco, se reconocen oficialmente dos regiones indígenas rurales: la Sierra Huichola, en el norte del estado, y la Sierra de Manantlán (Peña, 2006). Ésta última, es una región habitada por indígenas nahuas-otomíes que ya no hablan un idioma nativo ni usan vestimentas tradicionales, salvo para algunas ceremonias comunitarias. No obstante, todavía existe una gran parte de su cultura original, constantemente evolucionando y manifestada en sus ceremonias, sistemas de producción, estructuras sociales, creencias, valores, etcétera

De acuerdo a la Comisión Estatal indígena del Estado de Jalisco la población náhuatl habita en los municipios de Tuxpan y Zapotitlán de Badillo (al sur del estado) Cuautitlán de García Barragán, Villa Purificación (en la costa sur del estado) y en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

El municipio de Cuautitlán "lugar entre árboles" albergado en la Reserva de la Biosfera Sierra de Manantlán, es un lugar privilegiado por sus recursos naturales y culturales ancestrales; en lo alto de la sierra, desemboca el río Chacala "río de chacales" (por su nombre en náhuatl) es parte fundamental para los pueblos indígenas, proveyendo de agua a las parcelas, mismo que ve nacer al alimento por excelencia de la temporada de aguas (lluvias) "Los Chacales", (Gutiérrez, 2009).

Chacala es una de las tres comunidades indígenas que tiene Cuautitlán, el chacal de río de Chacala –del náhuatl chacallin– es una variedad de langostino silvestre que se encuentra debajo de las rocas, se cultiva de diciembre a junio, la comunidad cuenta con 20 chacaleros, en la comunidad existe un arraigo muy importante en el cultivo de chacales, los que, de acuerdo a la investigación se encuentran ligados al tradicional "caldo de chacales", platillo típico y más común de este crustáceo en comunidades con tradiciones.

Además de esta tradición de importancia arraigada, se identifican tradiciones de origen religioso que han trascendido en el tiempo como los son: el domingo de varas, los encostados, el día de San Juan y uno de los templos más antiguos de la región que aún preserva la característica de localizarse dentro del cementerio de la comunidad.

El patrimonio cultural constituye un elemento indispensable en la creación de productos turísticos que permite diversificar la oferta turística local, o regional. Esta comunidad indígena en conjunto con las otras que pertenecen al Municipio de Cuautitlán tienen potencialidad para el desarrollo de recorridos turísticos en base a su patrimonio inmaterial y su riqueza natural, basado en criterios de sustentabilidad.

Referencias Bibliográficas:

- (2005). *Convención sobre la protección de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. París, Francia: UNESCO.
- Darcy Victor Tetreault, C. F. (2011). Jalisco: pueblos indígenas y regiones de alto valor biológico. *Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad*, 174.
- Gascón, J. (2011). Turismo rural comunitario y diferenciación campesina. Consideraciones a partir de un caso andino. *Mundo agrario*.
- M., M. B. (2007). *Guía para la Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un Territorio*. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura-IICA.
- Nieves, S. G. (2015). *Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México*. México: Acento Editores.
- Pos, C. (2011). Itinerarios y rutas turísticas culturales. Una mirada desde la gestión turística. En Secretaría de la Cultura de la Nación & UNESCO. *Cultura y turismo. Factores del desarrollo económico y social*. (pp. 104- 116). Buenos Aires, Argentina: Secretaría de la Cultura de la Nación.
- Sánchez, M. d. (2008). Una Propuesta Metodológica para la Intervención Comunitaria. *SciELO*.
- SECTUR. (2004). *Turismo Alternativo una nueva forma de hacer turismo*. México: Primerts S.A. de C.V.
- Turismo, O. M. (2008). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.
- UNESCO. (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. Obtenido de <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>
- UNESCO. (2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Obtenido de: http://portal.unesco.org/es/ev.phpURL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- UNESCO. (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. París, Francia: UNESCO.
- UNESCO. (2012). *Textos fundamentales de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural*. París, Francia: UNESCO.
- Velázquez, C. A. (2007). Las comunidades indígenas como usuarios de la información. *SciELO Analytics*.
- Www2.unwto.org. (2017). *Definición / Organización Mundial del Turismo OMT*. [online] Available at: <http://www2.unwto.org/es/content/definicion> [Accessed 20 Jun. 2017].

COCINA TRADICIONAL YAQUI COMO FACTOR DE DESARROLLO TURÍSTICO

Mtra. Beatriz Adriana Franco Gutiérrez²⁷, Mtra. Ariana Solórzano Tabares, Alan Ávila Fierro

Palabras Clave: Gastronomía, Cocina tradicional, Etnia yaqui, Turismo gastronómico

Introducción.

Antecedentes:

La Organización de las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura, por sus siglas en inglés UNESCO (s.f.) cita que la cocina tradicional mexicana es un modelo cultural completo que comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias y costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales.

Gracias a la extraordinaria riqueza gastronómica en México, cada estado, región y pueblo del país, cuenta con amplio bagaje de platillos que según el medio geográfico ofrece distintos aromas y sabores que permiten configurar las cocinas regionales, donde cada generación a puesto por conservar sus raíces; y es por esa razón que según Díaz (2012) hoy la gastronomía mexicana goza de pleno reconocimiento internacional, y es nombrada patrimonio de la humanidad por la UNESCO.

Hablar de cultura gastronómica es hacer referencia a los pueblos indígenas con los que cuenta el país; ya que según la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI 2010) una etnia, es referencia viva a la cultura, pues refiere a sus costumbres, tradiciones y todo el bagaje cultural que pueden ofrecer al país y más importante, a ellos mismos.

Planteamiento del Problema: México alrededor de su territorio, según la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT 2017) cuenta con 68 etnias indígenas que son puertas culturales con 364 variantes, que desde tiempos inmemoriales han habitado las más altas montañas, los desiertos, los bosques nublados, templados o espinosos, las selvas húmedas y las secas, las islas, las zonas de matorrales y pastizales, las sabanas, los bosques tropicales y los humedales.

La cocina de cada una de las etnias en México, refiere Cota (2013) está establecida en cada uno de sus territorios, posee utilización de sus propios utensilios y permite la sustentabilidad; además los individuos de estos grupos establecen a través de ella una identidad distintiva.

En Sonora, según datos del Sistema de Información Cultural (2008) existen siete grupos indígenas: Yaquis, Mayos, Seris, Pápagos, Kikapús, Pimas y Guarijíos; donde los ingredientes de sus cocinas oscilan desde productos del semidesierto, hasta de los bosques elevados.

²⁷ Beatriz.franco@itson.edu.mx. Ariana.solorzano@itson.edu.mx. lan.avila@itson.edu.mx

La gastronomía Yaqui es de naturaleza salvaje y sensibilidad artística, sus platillos son un homenaje al aprovechamiento de los recursos naturales que se encuentren a su alcance; entre sus platillos más destacados con base en lo publicado por Yocupicio (2003) se encuentran el Wakabaki

(Caldo de vaca), Tíiko Kafee (Café de trigo), Posoim (Gallina Pinta), Wakaj kokoekame intok papakame (Carne con chile y papas), Jume kesum ranchopo yaarim (Queso tradicional de rancho), Múnim ottakame (Frijol con hueso), Aína tajkai (Tortillas de harina), entre otros.

Actualmente diversidad y gran riqueza cultural que aporta la cocina Yaqui es poco conocida, y tomando en cuenta los resultados del estudio realizado por Rojo, Clark y Esparza (2011) donde establecen la posibilidad de que las tradiciones, costumbres, festividades y gastronomía de esta etnia sean un recurso turístico importante, se plantea el siguiente cuestionamiento ¿De qué manera se puede aprovechar la cocina tradicional Yaqui para el desarrollo turístico?

Justificación: Para los investigadores Escamilla y De Gortari (s.f.) la gastronomía mexicana posee una riquísima veta de posibilidades y variantes para el turismo, ya que esta requiere conocer las manifestaciones principales de una cultura; es por eso que las cocinas de cada una de las regiones del país cuentan con el contexto necesario para el desarrollo del turismo gastronómico.

El turismo gastronómico, según refieren López y Sánchez (2012) se define como una de las grandes apuestas para potenciar ó en su caso consolidar destinos turísticos, debido a que cada vez en mayor medida los viajeros tienen un mayor conocimiento de todo lo relacionado con la cultura gastronómica de los lugares que visita; es de esta forma como algunos consideran esto, como su principal motivador de viaje.

Por lo anterior se considera de gran importancia el rescate y aprovechamiento de la cultura gastronómica tradicional de los pueblos indígenas para diversificar la oferta turística.

Objetivo: Identificar el potencial de la cocina tradicional Yaqui como factor de desarrollo turístico a través de la evaluación del interés de los turistas.

Metodología:

Sujetos

Debido a que se pretende conocer el potencial turístico que tiene la gastronomía Yaqui, el presente estudio se realizó enfocando a los turistas y visitantes de Ciudad Obregón ya que se considera un punto de conexión importante con dos de los Pueblos más fortalecidos, organizados y abiertos al turismo (Bacúm y Cócorit); los encuestados fueron personas de entre 18 a 53 años de edad, que se encontraron en puntos estratégicos de la ciudad como, hoteles, restaurantes y central de autobuses.

Cabe mencionar que para determinar la muestra representativa de 129 personas con un nivel de confianza del 99% y un margen de error del 10%, se utilizaron datos de la Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV) de Ciudad Obregón, misma que brindó un universo de 581 visitantes semanales en promedio.

Instrumento

Para la recaudación de información, se utilizó un cuestionario de siete preguntas de tipo cerrado con opción múltiple, el cual tuvo por objeto determinar si existe interés de los turistas y visitantes sobre la gastronomía Yaqui.

Procedimiento

El proceso para esta investigación de tipo descriptivo, fue la recopilación de datos a través de un cuestionario aplicado a los sujetos de forma directa mediante el método del azar simple; posteriormente se procesaron los datos con el fin de graficarlos, analizarlos e interpretar los resultados.

Resultados y Discusión: La etnia Yaqui es sin duda una de las más representativas del estado de Sonora, este grupo es característico por su historia de resistencia por la defensa de su territorio y su cultura; los turistas y visitantes encuestados para efectos de este estudio, distinguen a los Yaquis por sus tradiciones y por el arraigo a su tierra, sin embargo, aún existe desinformación a cerca de su gastronomía y la relación de esta con su identidad cultural. A pesar de lo anterior, el instrumento permitió identificar que el desconocimiento no es sinónimo de indiferencia, ya que la mayoría de los turistas encuestados dicen estar muy interesados en conocer la gastronomía Yaqui a través de degustaciones, talleres de cocina, libros ó folletos informativos, sin embargo fueron pocos los que externaron su interés en poder conocerla en un restaurante especializado; este hallazgo permite concordar con Serrato, Rayas, Murillo y Díaz (2011), los cuales mencionan que la cocina tradicional mexicana ha consolidado su presencia y prestigio gracias a las acciones realizadas desde el turismo a través de sectores públicos y privados, logrando así el interés de los turistas.

Conclusiones y Recomendaciones: La gastronomía en general representa un factor determinante para visitar un destino, es por eso que se puede considerar un medio eficaz para la satisfacción del viajero, ya que como mencionan Di Clemente, Hernández y López (2013) el turista es cada vez más exigente, ya que busca tanto un enriquecimiento cultural como personal.

La cocina tradicional Yaqui, es un activo importante para el turismo del Estado, ya que existe un interés real de los turistas y visitantes por conocer más de ella; sin embargo, más allá del atractivo turístico que esta representa se puede mantener y fortalecer el patrimonio cultural de un pueblo.

Por lo anterior se recomienda atender los resultados de este estudio desarrollando un sistema de oferta gastronómica acorde a las expectativas de los turistas y visitantes, donde se les pueda ofrecer conocimiento acerca de platillos típicos de la etnia, procesos tradicionales y la relación que tienen los hábitos alimenticios con la historia y cultura local.

Referencias Bibliográficas

- CDI (2010). Los pueblos indígenas de México. Recuperado de http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=1387&Itemid=24
- Cota H. (2013) Cocina étnica mexicana. Ciudad de México, México: Claustromía. Revista gastronómica digital, Universidad del Claustro de Sor Juana. Recuperado de <http://elclauastro.edu.mx/claustronomia/index.php/investigacion/53>
- Di Clemente, E., Hernández, J.M. y López, T. (2013) La gastronomía como Patrimonio Cultural y Motor de Desarrollo Turístico. Un Análisis DAFO para Extremadura. Monográfico. (9), 817-833.
- Díaz E.G. (2012). Universidades Historia y Patrimonio Gastronómico Nacional. México: Editorial Tercer Milenio
- Escamilla E. y De Gortari Y. (s.f.) La Gastronomía como Destino Turístico. México: Red Nacional de Información Cultural. Recuperado de www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf14/articulo10.pdf
- López, T. y Sánchez, S. M. (2012) La Gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 10(5), 575-584.
- Organización de las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (S.f.) La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán. UNESCO. Recuperado de <https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicanacultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400>
- Rojó, B. H., Clark, Y., y Esparza I.G. (2011) Diagnóstico Turístico de la Comunidad Yaqui de Potam. Revista El Buzón de Pacioli. (74).
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2017). Los 68 grupos étnicos de México, patrimonio intangible de sabiduría en nuestras Áreas Naturales Protegidas. México: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Recuperado de <https://www.gob.mx/semarnat/articulos/los-68-grupos-etnicos-de-mexico-patrimoniointangible-de-sabiduria-en-nuestras-anp?idiom=es>
- Serrato, M. A., Rayas, V.M., Murillo, R.T. y Díaz, J.A. (2011) La cultura Gastronómica P'urhépecha como un Gran Activo Turístico en Michoacán. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. 9(4), 681-689
- Sistema de Información Cultural (2008) Cocina Yaqui de Sonora. México: Red Nacional de Información Cultural. Recuperado de http://sic.gob.mx/ficha.php?table=gastronomia&table_id=66
- Yocupicio, R. (2003). Recetario indígena de Sonora, No.9. México, D.F: CNCA-DGCPIDirección General de Publicaciones Editorial.

ZHÔNTE, DISEÑO DE APLICACIÓN PARA LA MEJORA DE SERVICIOS BRINDADOS EN HOTELES DE PUEBLOS MÁGICOS

Ramírez Badillo Ka, Quintanar Martínez Ea, Martínez Mejía Ja*

Palabras clave: Aplicación móvil, Tecnología, Innovación, Pueblos Mágicos, Hoteles, servicio.

Introducción.

Antecedentes: Huichapan denominado pueblo mágico en 2012, conocida como una región de clima templado y frío, ubicado al occidente del Estado de Hidalgo y al oeste con el Estado de Querétaro; pueblo con historia y tradición, de arquitectura enmarcada en cada esquina de sus calles empedradas, y monumentos que marcaron la historia de cada uno de sus habitantes como lo ha sido “El Chapitel” ubicado en la plaza principal del centro donde por bien se sabe se conmemora por primera vez el grito de independencia en 1812. “Los templos y conventos “de Huichapan han sido interesantes desde un punto de vista estético y arquitectónico. Cuenta con diversas actividades como lo es “Acueducto El Saucillo”, “Templos Religiosos” con una historia relevante, “Pinturas Rupestres” plasmadas en algunas comunidades de la región, “Balnearios de Aguas Termales”; Huichapan tiene todo lo que el turista busca para descansar y pasar un fin de semana completo con su gastronomía inigualable, leyendas que distinguen la región y la calidez de su gente. Aunque para el buen descanso podemos encontrar diversos hoteles, es de bien saber que el servicio otorgado tiene una deficiencia significativa en cuanto a la atención y servicios brindados, ejemplo de esto son las tardanzas de reservación, la confusión de habitaciones y la falta de productos a brindar.

Huichapan cuenta con 14 hoteles los cuales en particular ofertan un descanso cómodo y sencillo son construcciones con edificación pequeña con un máximo de 60 habitaciones por hotel, los cuales no cuenta con un servicio hotelero de implementación tecnológica que brinde mejoras para los servicios ofertados por medio de estas herramientas de apoyo, a razón de esto ha sido considerado necesario implementar tecnología en pueblos mágicos, basándose en el potencial turístico, posteriormente poder brindar a los clientes una mejor estancia dentro del lugar en el que se encuentren alojados; con el objetivo de generar confianza y una grata satisfacción del servicio brindado por parte del hotel en colaboración de la App “Zhönte” a desarrollar.

En base al estudio de mercado ya realizado fue considerado de gran apoyo el desarrollo de la aplicación, con el afán de satisfacer las siguientes hipótesis:

H₀; La aceptación del cliente al uso de la aplicación en desarrollo.

H₁; Rechazo por completo de implementar tecnología en hoteles de pueblos mágicos.

De acuerdo a las encuestas realizadas se concluyó que el servicio ofrecido por los hoteles de la región no es adecuado y por ello la implementación del proyecto Zhönte.

Metodología: Para satisfacer la necesidad detectada dentro del sector hotelero se realizó un FODA teniendo como objetivo realizar el análisis de fortalezas y debilidades posibles. Dentro de los métodos utilizados se puede mencionar el estudio de un Focus Group, el cual consistió en llevar a cabo una serie de preguntas las cuales tuvieron como objetivo conocer los puntos de vista de los clientes que se verán beneficiados con este proyecto, obteniendo así los resultados esperados; otro de los métodos puestos en práctica fueron las entrevistas a profundidad, realizadas a hoteleros y especialistas en el tema, como lo fue la Directora de la Oficina de Turismo, donde se abordó de manera directa la problemática hotelera y estadísticas de estancia por parte del turista. En consideración con el desarrollo del software a implementar se tomó el diseño de arquitectura con tres capas, como se muestra en la figura:

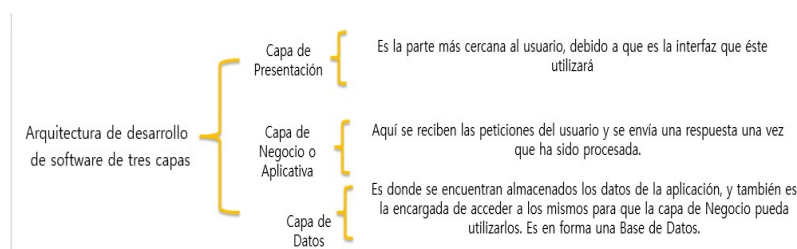


Figura 1. Metodología de desarrollo de arquitectura y principios de diseño.

TABLA1: Razón de liquidez Zhönte (creación propia)

Resultados y discusión: De acuerdo a el análisis FODA realizado en la región se consideró viable el desarrollo del proyecto con motivo de las respuestas del turista y hotelero, ya que la competencia existente cuenta con similitudes que solo ofrecen interés en algunos rubros de servicio, a manera imponente los softwares utilizados en algunos hoteles ofrecen un servicio básico sin apoyo al huésped ya que solo manejan un control de check in- check out.

Los pueblos mágicos aun no cuentan con implementación tecnológica en los hoteles a mayor escala, una ventaja muy significativa es el apoyo gubernamental para la implementación del proyecto “Zhönte”, ha sido de gran importancia el enfoque a la atracción turística, así como la calidad y la satisfacción en el lugar de descanso, logrado que pernocten más de un día en el lugar. Se muestran los resultados del FODA del servicio hotelero en Huichapan de manera más completa en la figura 2.


<p style="text-align: center;">FODA</p> 	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El nombramiento de Huichapan como pueblo mágico. • Contar con atractivos turísticos y servicios diferenciados. • Conocimiento acerca de la deficiencia en cuanto los servicios hoteleros en la región. • Colaboración de los docentes por parte de la carrera. • Costos accesibles al público 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo gubernamental. • Aumento de los visitantes. • Alta derrama económica. • Factibilidad para la comercialización turística. • Fomento a la inversión. • Tener compromiso con las autoridades estatales y municipales.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos económicos. 	<p>ESTRATEGIAS (FD)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomento o la búsqueda de recurso económico mediante los programas que ofrezca el gobierno. • Programas diversos de apoyo al desarrollo municipal. • De acuerdo a las visitas registradas, introducir algún otro idioma que resulte ser más común. 	<p>ESTRATEGIAS(OD)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo por parte de los dueños de los hoteles. • Colaboración por parte de docentes de la carrera. • Creación, mejoramiento y rehabilitación de sitios de interés turístico.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia dentro del mercado. 	<p>ESTRATEGIAS (FA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una prueba piloto en un pueblo mágico. • Cadenas publicitarias. 	<p>ESTRATEGIAS(OA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones en INADEM. • Adquisición de créditos para el inicio de operaciones del proyecto (FONDEADORA). • Posicionarse dentro de los clúster.

Figura 2: Desarrollo de FODA (creación propia)

De las encuestas de mercado realizadas en el periodo comprendido enero-febrero se obtuvo como resultado la aceptación de la App, por consiguiente, se considera viable el desarrollo de la misma para fortalecer las debilidades enmarcadas por parte de hoteles de pueblos mágicos, recalando que el huésped busca comodidad, privacidad y rapidez en el servicio así también que es de gran importancia el uso de las TICs para dar a conocer atractivos turísticos y servicios del lugar. A razón de los comentarios se desarrolló el diseño de sketchs flow mostrados en la figura 3;

Figura 3: Diseño de sketch flow aplicación “Zhönte” (creación propia)



Para el desarrollo del proyecto se realizó un análisis financiero, para comprobar la viabilidad económica del mismo, por lo cual se requiere un monto aproximado de \$140,050.00. De los cuales \$90,000.00 estará constituido de una aportación de \$10,000.00 c/u siendo 9 socios fundadores. La cantidad restante de \$49,950.00 se obtendrá por medio de inversionistas. A partir del año 2 se iniciará el pago de las retribuciones de los inversionistas. Cabe comentar que se contratará 3 empleados (gerente general, ingeniero en sistemas y un operativo) con sueldos de la siguiente manera: \$7,450.00 \$4,000.00 y \$800.00 respectivamente pagaderos de manera mensual menos impuestos correspondientes y prestaciones de ley.

El proyecto “Zhönte” tiene una solvencia de \$1.40 lo cual indica la capacidad del proyecto para hacerle frente a sus obligaciones a corto plazo. Esta es la fuente de recursos que la empresa posee para satisfacer sus obligaciones contraídas más urgentes.

Razón de Liquidez		
Ingresos	Egresos	Liquidez
\$140,050.00	\$100,000.00	\$1.4005.00

VAN	\$ 239,664.79
TIR	25.78%
B/C	1.25

TABLA 2: Análisis de Rentabilidad (VAN, TIR, B/C) Zhönte (creación propia)

Conclusión: Como primera estancia se logra determinar que la hipótesis H_0 donde se planteaba la aceptación de implementar una App, fue aceptada comprobando que el desarrollo de este proyecto es de gran utilidad para la mejora del servicio hotelero de los

pueblos mágicos, teniendo como consideración que esto generará un impacto para la atracción turística, incrementando la derrama económica, y el reconocimiento de la cultura de la región mediante la difusión de establecimientos y lugares de encuentro para los turistas.

La implementación de las TIC's como intervención de mejora al servicio hotelero, muestra como resultado la optimización de tiempos y procesos en los servicios internos y externos al hotel, ya que es necesario cubrir las necesidades del huésped de manera idónea.

Referencias bibliográficas

- Cardozo, A. M. (07 de 03 de 2018). Entrevista a profundidad de experto en turismo. (G. M. Martínez, Entrevistador)
- DATATUR. (16 de 2 de 2018). *Actividad Hotelera*.
Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadHotelera.aspx>
- Enrique, D. I. (10 de FEBRERO de 2018). *SECRETARIA DE TURISMO*. Obtenido de SECRETARIA DE TURISMO: <https://www.gob.mx/sectur>
- G, T. C. (2010). Juntos construimos un mejor Hidalgo México. En T. C. G, *Juntos construimos un mejor Hidalgo México*. México: porua.
- L, G. H. (2013). Economía Territorial del Estado de Hidalgo sus Municipios y Regiones. En G. H. L, *Economía Territorial del Estado de Hidalgo sus Municipios y Regiones*. México: Mcgraw Hill.
- M., M. L. (2015). Hidalgo, Historia de tierra que se renueva. En M. L. M., *Hidalgo, Historia de tierra que se renueva*. México: Porua.
- Mágicos, P. (25 de 03 de 2018). *Pueblos mágicos de México*. Obtenido de <http://www.pueblosmexico.com.mx/>
- Robles, L. P. (09 de 03 de 2018). Entrevista a experto en Hotelería. (A. G. Maqueda, Entrevistador) SECTUR. (17 de 03 de 2018). *Secretaría de turismo*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/>
- SinEmbargo.mx. (05 de Julio de 2016). *La "rebelión" indígena contra las empresas de internet y celular se extiende a 356 comunidades*. Obtenido de La "rebelión" indígena contra las empresas de internet y celular se extiende a 356 comunidades: <http://www.sinembargo.mx/23-07-2016/3071050>

MEDICIÓN DE LA DIVERSIDAD DE UNIDADES ECONÓMICAS EN EL TURISMO RURAL; CASO SAN LUIS POTOSÍ, MÉXICO

Carlos Arturo Aguilar Niño²⁸, Mayra Angélica Bárcenas Castro²

Palabras clave: Índice de Simpson, gestión turística, turismo rural, diversidad económica turística.

Introducción.

Antecedentes. Según Cardona C.M.A., Vázquez D.T., Vaca E. R.M. en su texto “Turismo rural: alternativa en emprendimientos turísticos comunitarios: Comunidades rurales en Ixhuacán de los Reyes, Veracruz” (2014), turismo rural es una actividad recreativa y generadora de auto-empleo, siendo factor primordial dentro de la economía de un país, porque en ella se plantea una alternativa para el desarrollo de emprendimientos turísticos rurales fundamentados en la sustentabilidad de las comunidades de los diferentes municipios de los estados que conforman México.

En este sentido González, D. G., Pereira, C. G. y Companioni, C. J. C. H. en su escrito “Vía para la diversificación de un destino Turismo Alternativo, Retos Turísticos” (2007), proponen características a las demandas para realizar turismo de acuerdo a las necesidades de los clientes que buscan interactuar con la naturaleza, la cultura, el deporte y las comunidades receptoras de estas.

Actualmente el turismo rural ha cobrado importantes enfoques sistémicos con énfasis en el desarrollo sustentable. Algunos estudios abordan temas sobre las posibles zonas potenciales para realizar turismo en comunidades rurales con el objetivo de generar empleo a la misma población. (Miranda Martina, A., Marco Antonio, M., Guadalupe, V., y Hernández, S., (2018), Pérez y Díaz (2018) y Fernández (2018))

Existen diferentes investigaciones con metodologías que utilizan distintos enfoques, variables y actores para medir la diversidad turística como medio sustentable en una comunidad. La diversidad reitera la importancia de buscar mecanismos y técnicas cuantitativas y cualitativas que coadyuven a generar alternativas que atiendan los problemas en las comunidades receptoras con el fin de beneficiar a sus habitantes. (Hernández, O. I. R., Jiménez, G. C., Martínez, E. E. V., 2018)

En este trabajo se propone utilizar metodologías cuantitativas para medir la diversidad de unidades económicas de turismo en las diferentes comunidades donde se encuentran los grupos étnicos (de origen y externo) y cualitativas para visualizar la distribución o concentración espacial utilizando Sistemas de Información Geográfica en el estado de San Luis Potosí, México.

Inspirados en el Índice de Simpson que se utiliza en ecología para medir la dominancia y diversidad de un espacio geográfico delimitado con un conjunto de especies heterogéneas en dicho espacio; se incorpora a un espacio definido geográficamente por un conjunto unidades

²⁸ Estudiante de la Licenciatura en Turismo del Instituto Tecnológico de San Luis Potosí, Contacto: caguilarnino@gmail.com Docente de la especialidad en Gestión de empresas e Investigación en Turismo del Instituto Tecnológico de San Luis Potosí, Contacto: mayrabarcenas0422@gmail.com

económicas turísticas que dependen en gran parte de la actividad económica los grupos étnicos de dichos espacios. (Bárceñas, 2018)

En este contexto la hipótesis resulta en que a medida que aumente la diversidad económica en espacios de grupos étnicos, también lo hacen las oportunidades para la coexistencia e interacción benéfica entre sus habitantes persistiendo así la sustentabilidad.

Metodología: El Índice de Simpson de diversidad es el inverso de un índice de dominancia de la comunidad con el mismo nombre. Este índice está basado en el principio de que un sistema es más diverso, cuando ninguna de las especies componentes puede ser considerada como no más dominante que cualquiera de las otras especies. Dicho índice se representa con la siguiente ecuación:

$$Diversidad = \frac{N(N-1)}{\sum_i n_i(n_i-1)} \quad (1)$$

S Número de unidades económicas de turismo.

n Número de unidades económicas que pertenecen a la categoría i .

N Total de categorías presentes en los espacios de estudio.

En teoría el valor máximo para el índice es limitado solamente por el número de unidades económicas de turismo y la distribución uniforme en el espacio geográfico de estudio. (Gliessman, 2002)

Para realizar el cálculo se consultó el Directorio Estadístico de Unidades Económicas (DENUE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el cual clasifican dos categorías de Unidades Económicas de Turismo (UET), las cuales son "*Servicios de esparcimiento culturales, deportivos y otros servicios recreativos*", y "*Servicios de alojamiento temporal y de preparación de Alimentos y Bebidas*". De estas dos categorías se descargó los datos Excel para realizar tratamiento de los datos y el cálculo de diversidad. Además, se tomó en cuenta todo tamaño de los establecimientos y como área geográfica los 58 municipios del estado de San Luis Potosí. Se consultó todos los municipios porque de acuerdo al Comisión Nacional Para El Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) en cada municipio mínimo existen 4 indígenas de origen o externo. Se utilizó Power View Map Excel 2013 para visualizar datos en el contexto geográfico.

Resultados: La suma de "*Servicios de esparcimiento culturales, deportivos y otros servicios recreativos*", y "*Servicios de alojamiento temporal y de preparación de Alimentos y Bebidas*" fue de 14,737 UET dentro del territorio de San Luis Potosí.

El número de indígenas es de 252, 684 (origen y externo), el grupo étnico que más domina son los náhuatl con 143, 302, le sigue Tenek 101,628, Pame 7,707 y los 47 restantes entre Tarahumaras, Mixtecos, Kikapú y Triqui.

Con respecto a la actividad económica turística que más predomina en todo el estado es *Restaurantes con servicio y preparación de antojitos* con 3,893. Mientras que la que menos predomina son los servicios de preparación de alimentos en unidades móviles.

El municipio con mayor número de indígenas dentro del estado de San Luis Potosí es Tamazunchale, con una cantidad de 39, 247 y el municipio con menor cantidad de habitantes indígenas es Armadillo de los Infantes con solo 4 personas.

El municipio con mayor número de unidades económicas es San Luis Potosí con 6226 mientras que el mínimo es Cerro de San Pedro contando solo con 1.

En cuanto al cálculo del Índice de Simpson utilizando la ecuación (1) se obtuvo lo siguiente:

Dominancia	Diversidad
0.204133208	0.795866792

Tabla 1. Resultados del cálculo de Índice de Simpson con respecto a las Unidades Económicas de Turismo en San Luis Potosí.

Lo que quiere decir que en el estado de San Luis Potosí se tiene poca dominancia con respecto a las UET y mayor diversidad de servicios turísticos.

Por otro lado dicho índice ha sido utilizado en otras áreas del conocimiento, por ejemplo en la literatura se encuentran aplicaciones con respecto a la biología donde utilizaron el Índice de Simpson para medir la diversidad de paisaje locales considerando la superficie que ocupa un color (espacio geográfico) y los colores básicos visibles (amarillo, verde azul, rojo, blanco y negro (que serían las especies)) que son cubiertas del suelo en función del color que presentan los meses de máxima afluencia turística. (Hernández, O. I. R., Jiménez, G. C., y Martínez, E. E. V. ,2018)

También se utilizó el Índice de Simpson para medir la diversidad poblacional e inmigración en España (espacio geográfico), utilizando seis grupos de población en función de su nacimiento como España, Europa Occidental, Europa Oriental, África, América y Asia (especies). (Galeano y Bayona ,2016)

Se puede notar que el Índice de Simpson es una herramienta matemática que puede ser inspirada para realizar mediciones de la diversidad como es el caso de este trabajo.

Conclusiones y recomendaciones: Se encontró poca dominancia y mayor diversidad de unidades económicas de turismo en todo el estado de San Luis Potosí; sin embargo, en este trabajo no se contempló las necesidades particulares de cada municipio, por ejemplo, en el municipio de San Luis Potosí predominan los alojamientos temporales, pero por otro lado existen municipios que carecen de ello como lo es el Cerro de San Pedro y Santa Catarina por mencionar algunos. En este contexto en un futuro se pretende realizar cálculos utilizando esta herramienta para visualizar las necesidades de cada municipio y elaborar estrategias que coadyuven a la economía turística y áreas de oportunidad para los indígenas y que sirva esta metodología para reproducirse en otros trabajos similares.

Referencias bibliográficas

- Barcenas, C. M. A. (2018). Medición de la diversidad de las unidades económicas de turismo utilizando el índice de Shannon-Weaver y la distribución espacial, caso pueblos mágicos Real de Catorce y Xilitla, Revista TeCEO, Vol.1, pp. 29-40
- Cardona C.M.A., Vázquez D.T., Vaca E. R.M., (2014), “Turismo rural: alternativa en emprendimientos turísticos comunitarios: Comunidades rurales en Ixhuacán de los Reyes, Veracruz”, Editorial Académica Española.
- Fernandez Poncela, A. M. (2018). Turismo, negocio o desarrollo: el caso de Huasca, México. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 16(1).
- Galeano, J., y Bayona, J. (2016). Diversidad poblacional e inmigración en España: un análisis de la evolución metropolitana reciente. In Domínguez Mujica, Josefina y Díaz Hernández, Ramón (coords.). XV Congreso de la Población Española. Población y territorio en la encrucijada de las ciencias sociales (Fuerteventura, 8-10 de junio de 2016) (pp. 199-213).
- Gliessman, S. R. (2002). Agroecología: procesos ecológicos en agricultura sostenible. CATIE.
- González, D. G., Pereira, C. G., y Companioni, C. J. C. H. (2007). Vía para la diversificación de un destino Turismo Alternativo. Retos Turísticos, 6(3), 27-34.
- Hernández, O. I. R., Jiménez, G. C., y Martínez, E. E. V. (2018). Un acercamiento al capital social y al turismo desde el enfoque mixto y mapeo de actores. Antropología Experimental, (18), pp.57.
- Miranda Martina, A., Marco Antonio, M., Guadalupe, V., y Hernández, S. (2018). Relación de las tecnologías de la información y comunicación con el turismo rural, caso Sierra de Sonora.
- Pérez, M., Rosa, A., y Díaz Guevara, C. A. (2018). Redes de cooperación y turismo rural en el pueblo mágico de Mazamitla, Jalisco.
- Pueyo Ros, J., i Sansbelló, F., Maria, R., y Ribas Palom, A. (2017). Propuesta metodológica para valorar la calidad escénica de los paisajes del agua y su potencial como recurso turístico; Investigaciones geográficas, 2017, núm. 68, p. 79-94.

AGROTURISMO, RUTAS AGROALIMENTARIAS Y GASTRONOMÍA RURAL

*Lic. Edith Carmina Sánchez Trejo²⁹, Mtra. Leticia Gpe. Trejo Leal, Lic. Itzhel Briseida
Rebolledo Hernández.*

Palabras clave: *Gastronomía, Turismo rural, Floricultura, Patrimonio, Desarrollo sustentable.*

Introducción.

En el turismo gastronómico, los productos alimenticios y las especialidades culinarias se convierten en vehículo de acercamiento cultural en la medida en que se configuran como elementos identificadores de pueblos y territorios. Esta nueva forma de aproximación a la cultura de un lugar, región o país tiene un carácter más activo y vivencial, lúdico y festivo y, a priori, procura un desarrollo sostenible que pasa por: a) asegurar el mantenimiento de los recursos turísticos; b) mejorar los niveles de bienestar de la población que se encarga de su producción y comercialización y, por último, c) garantizar la satisfacción de la experiencia turística por la vía de la calidad. Esta satisfacción de la experiencia turística por la vía de la calidad va ligada con frecuencia a la existencia y promoción de productos alimentarios con marchamo de calidad (Barrera E, 2012, pp. 139).

En México la riqueza gastronómica se ha conformado a través de su historia con el intercambio de diferentes recursos y productos; en especial, en la época de la conquista y la colonia, propiciando la creación de diversos platillos. Hoy en día, las nuevas tendencias culinarias que representan una oportunidad para enriquecer el conocimiento del consumidor acerca del origen de los ingredientes que son un elemento que permite entender las relaciones del medio en donde se elaboran los platillos.

La presente investigación de manera muy particular se enfoca a la comunidad rural de Capula, Municipio de Mineral del Chico, ubicado en la zona Centro-Sur del estado de Hidalgo, dentro una de las diez regiones geo-naturales conocida como la Comarca Minera. Gran parte de la extensión del territorio municipal es el Parque Nacional el Chico, cuya superficie es de 2,739 hectáreas, lo que representa 23% del total del municipio (SAGARPA 2015), y en donde se concentra la oferta de turismo de aventura. Sin embargo, dicha oferta se reduce a tirolesas, rappel, senderismo *go cars*, paseos a caballo y en lancha.

No obstante, el porcentaje más elevado de la Población Económicamente Activa (39.9%) lo ocupan los trabajadores agropecuarios del municipio que suman 820 personas (INEGI, 2015). A pesar de ello el sector primario está siendo desplazado, puesto que son los sectores secundario y terciario, con el 47.6% y 17.0% respectivamente (INEGI s/f), en los que se basan sus actividades económicas.

²⁹ esanchezt@utvm.edu.mx ltrepo@utvm.edu.mx irebolledo@utvm.edu.mx

Ante estos datos este proyecto tiene como objetivo: Aprovechar la actividad florícola de la comunidad como parte de la oferta gastronómica del lugar.

En este sentido resulta pertinente la implementación de la actividad agroturística en la comunidad de Capula, cuya actividad económica principal es la floricultura produciendo rosa, tulipán holandes, lilis y girasoles; hecho que permite que los pobladores, principalmente mujeres, obtengan una fuente de empleo; y por medio de la prestación de servicios turísticos los visitantes puedan conocer los aspectos relacionados con la cultura agropecuaria de la comunidad que no cuenta con una oferta turística que permita a los visitantes conocer las riquezas culturales con los que cuenta la región.

La propuesta de agroturismo en Capula busca el beneficio no sólo de los prestadores de servicios turísticos, sino también de los propietarios de los invernaderos, las parcelas y los pobladores rurales; para obtener a través de esta actividad una fuente de empleo alternativa.

Partiendo de esta idea, en las actividades de agroturismo a implementarse, la comunidad será el elemento más importante, pues es precisamente la comunidad quien producirá y mostrará las actividades propias del campo, las cuales representan el principal atractivo de la actividad agroturística; dando un aprovechamiento integral a la flor; pues no sólo es producida para su venta como ornato, si no como parte de la oferta alimentaria de la comunidad.

La elaboración de alimentos con flores forma parte de la propuesta para la implementación de actividades de agroturismo en la comunidad rural de Capula, en donde el visitante disfrutará desde la forma de producción de la flor hasta la degustación en diversos platillos que para fines de esta investigación se ha denominado ‘Menú Floral’

Metodología: Consta de tres fases: 1) Caracterización de la comunidad, 2) Diagnóstico donde cobran relevancia los talleres de planeación participativa, mediante un proceso de consentimiento informado y 3) Propositiva en donde se desarrolló la propuesta con base en las capacidades locales.

Fase 1 se recopiló la información bibliográfica y se elaboró la cartografía base que ayudo a la comprensión física del lugar, utilizando el Sistema de Posicionamiento Global (GPS) y los Sistemas de Información Geográfica (SIG).

En la Fase 2 se realizó el análisis geo-socioeconómico de la comunidad con información bibliográfica obtenida del INEGI (2015) y conforme al Proyecto Económico de Seguridad Alimentaria (PESA) de la SAGARPA se realizan talleres de participación comunitaria con los principales actores de la comunidad. En esta fase se está elaborando el inventario de recursos naturales, culturales y agrícolas de la comunidad.

En base a los análisis realizados en las dos fases anteriores, en la Fase 3 se determinan las actividades factibles a implementarse en el lugar, las cuáles integraron el producto agroturístico de Capula incluyendo el “Menú floral”

Resultados y Discusión: Las nuevas tendencias culinarias representan una oportunidad para enriquecer el conocimiento del turista acerca del origen de los ingredientes como elementos que permiten entender las relaciones del medio en donde se elaboran los platillos.

Se orientan a la conservación del agroecosistema, los saberes del campo y la implantación de la floricultura sustentable, en donde la participación comunitaria resulta un aspecto esencial para garantizar el éxito de la actividad y diversificación de productos turísticos en el municipio a través del consumo de las flores.

La búsqueda de nuevas experiencias por parte de los turistas se convierte en un campo apto para la introducción de productos innovadores en el mercado turístico como la gastronomía con flores, comenzando desde el proceso de producción de la flor hasta el producto gastronómico en este caso un menú floral.

Considerando que en las comunidades rurales no existen grupos homogéneos, sino que hay diferencias dadas por el género, la edad, el sexo, la pertenencia étnica que cada uno de estos grupos tiene diferentes experiencias, perspectivas, intereses y necesidades, se consideró necesario escuchar y recoger diferentes opiniones que pudieran enriquecer el trabajo, pues la evidencia empírica demuestra que una causa del fracaso de las actividades de desarrollo es que muchas propuestas son concebidas exclusivamente por personas ajenas a la población interesada, que ignoran las capacidades, prioridades y necesidades de las mujeres y los hombres de las comunidades.

Incluso en los casos en que se solicita información a los pobladores, muchos programas de desarrollo se planifican fuera de la comunidad y no la involucran en el proceso (Pesa, op.cit.:10). Los miembros de la comunidad son los que conocen a fondo las limitaciones y las oportunidades de su localidad.

Los talleres de participación comunitaria como se han denominado para fines de la presente investigación, fue una herramienta útil para conocer la apreciación de los habitantes acerca de: los recursos naturales, culturales y agrícolas de su comunidad, del tipo de actividades y servicios turísticos que pueden ofrecer según sus capacidades o vocación turística sin que se vean afectados sus recursos en calidad y cantidad. La participación de la comunidad debe considerarse en varias de las etapas de implementación de la actividad turística en el lugar.

A través de los talleres también fue posible reconocer el conocimiento tradicional y plantear el uso adecuado de los recursos; partiendo del hecho de que es la comunidad quien mejor conoce la zona, sus recursos, cuál es la mejor temporada para visitarlos o cuáles son las rutas adecuadas.

La propuesta: La propuesta versa sobre la necesidad de conservación del conocimiento tradicional agrícola que poseen sus habitantes para ofrecer actividades de agroturismo, con las cuales se pongan en valor los sistemas de producción de la comunidad anfitriona, y en el caso de las flores la oportunidad de que éstas sean aprovechadas como parte de la oferta gastronómica del lugar. De tal forma que se generen productos turísticos diferenciados, complementarios y competitivos con la oferta existente en el municipio, declarado Pueblo Mágico.

La propuesta de agroturismo en la comunidad de Capula se orienta a la oferta de talleres agroindustriales, la degustación de los productos, recorridos en los invernaderos de flores, la elaboración de platillos, durante las fiestas patronales de la comunidad, y ofrecer algunas cenas o comidas a grupos reducidos basadas en la floricultura, principal producto agrícola de la comunidad.

Con esta propuesta se pretende que el visitante pueda conocer el proceso de producción de la flor desde la selección de semilla, el corte de la flor y hasta el producto gastronómico

Recomendaciones: Para el turismo rural, la participación comunitaria resulta un aspecto esencial para que la comunidad local mantenga un grado de involucramiento adecuado en el ámbito turístico que garantice el éxito del mismo.

Se debe considerar al agroturismo como una alternativa viable para revalorizar las actividades de las comunidades, que a la vez diversifiquen la oferta turística dentro del municipio aprovechando su atractivo paisajístico, buscando el beneficio de los futuros prestadores de servicios turísticos.

Propiciar la conservación de elementos tangibles e intangibles de la cultura de las comunidades rurales, al mismo tiempo que destaca su actividad por medio del turismo, y a través de sus conocimientos contribuir al mantenimiento y restablecimiento de sus ecosistemas nativos de tal forma que sea posible la mitigación de gases efecto invernadero por las actividades agrícolas.

Conclusiones: El agroturismo es considerado como una alternativa viable para revalorizar las actividades agropecuarias e implementar actividades agroindustriales, que a la vez diversifiquen la oferta turística dentro del municipio aprovechando su atractivo paisajístico. A esto hay que agregar que las actividades y servicios de turismo que se ofrezcan en la comunidad deben contribuir en su desarrollo social, ambiental y generen beneficios económicos bien distribuidos.

A su vez, los habitantes deben aceptar la propuesta en la medida que ellos han de ser los primeros beneficiarios de la experiencia, y se debe tener particular interés en hacer participar a las mujeres de la comunidad ya que ellas serán las promotoras y gestoras de muchas de las actividades, principalmente de la elaboración de productos agroalimentarios y artesanales.

Referencias Bibliográficas

- Barrera E. (s/f). Las rutas alimentarias: una estrategia de desarrollo que vincula los alimentos con identidad local y el turismo. [En línea] Disponible en internet: <http://www.docstoc.com/docs/26285409/10-LAS-RUTAS-ALIMENTARIAS-Unaestrategia-de-desarrollo-que>
- INEGI (2015). Sistemas Nacionales Estadísticos y de Información Geográfica. (Citado el 5 de septiembre de 2008) Disponible en Internet: <http://www.inegi.com.mx>
- SAGARPA. (2015) Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Agricultura. [En línea] Disponible en Internet <http://www.sagarpa.gob.mx>

AGROTURISMO: RUTA DEL MAÍZ

Mtra. Yesenia López Cruz, T.S.U. Luz Elena Velázquez Hernández y Erika Nayely Hernández Sánchez. División de Turismo³⁰

Palabras clave: Maíz, agroturismo, agricultura.

Introducción:

Contextualización y/o antecedentes. Chiapas posee varios de los destinos turísticos más importantes de México, como la zona arqueológica de Palenque, que atrae a una cantidad muy importante de turistas al año. Por el volumen de su producción agrícola, ocupa un sitio destacado en México, sobre todo por la producción de café, maíz y mango. Rayón es un municipio mexicano del Estado de Chiapas, que se ubica en la región VII de los bosques en el noroeste del estado y cuenta con una población de 19,002 habitantes según el censo del 2010, Su cabecera municipal es la población de Rayón, Chiapas. Su economía se basa primordialmente en la producción de quesos artesanales que se elaboran en el municipio esto ha logrado un gran mercado en el estado y también en el país, la agricultura es otra fuente de ingresos para las familias más marginadas que viven en las comunidades. Es por ello que se pretende dar un realce más dentro la agricultura con las nuevas tendencias tecnológicas y turísticas, a través de una actividad tal como lo es, el agroturismo.

El agroturismo se presenta como el conjunto de actividades organizadas específicamente por agricultores en complemento de su actividad principal. El agroturismo tiene varias características, entre ellas se encuentran:

- Es innovador.
- Es difuso.
- Es cultural.
- Es recreativo y deportivo.
- Es ecológico

Planteamiento del problema. Durante los últimos años, en el municipio de Rayón, Chiapas se ha tenido grandes cambios dentro del campo de la agricultura, uno de ellos y el más importante, el abandono que ha sufrido en esta zona, uno de los factores que ha originado este cambio la marginación del mismo, ya que, en la actualidad el campo es el que menos apoyo recibe por parte de las entidades gubernamentales y es al que más se le explota y se le exige, derivado de la falta de apoyo y productividad del mismo el campesino ha tenido que dejar de trabajar en sí y darle otro uso como es la ganadería.

Otro de los factores es que la mayoría de los campesinos al no ver un resultado favorable para sostener a su familia económicamente ha optado por tener que emigrar a otros lugares junto con su familia en busca de mejores oportunidades y es así como el campo ha dejado de cumplir una de las funciones más importantes que es la producción del maíz como uno de los consumos y alimentos importantes en la dieta diaria del hombre. Es por ello por lo que se pretende conjuntar a la agricultura con el turismo rural, con el objetivo de fomentar el desarrollo del agroturismo a través de la Ruta del Maíz para demostrar la forma de cosechar de manera artesana, dándole un giro diferente en la productividad de los derivados

³⁰ Lopcruz11@hotmail.com Universidad Tecnológica de la Selva, Unidad Académica Selva Negra Rayón, Av.3ra Norte Poniente s/n, Barrio San Antonio. Rayón Chiapas.

del maíz, en el cual el turista pueda interactuar para aprender la forma de elaboración del pozol, maíz, tamal entre otros.

Metodología. La información obtenida fue a través de la visita en las comunidades rurales cercanas del municipio de Rayón Chiapas, enriquecidos en la productividad del cultivo del maíz en el estado de Chiapas. Se realizó una encuesta durante la visita a las comunidades, a fin de conocer los puntos de vistas de las personas, agricultores y algunos turistas para verificar el impacto en cuanto la aceptación o rechazo y así determinar la ruta del maíz como un producto determinante del agroturismo.

El resultado se planteó a una población general a través del método de la observación y graficas; en donde se hizo el análisis e interpretación de cada uno de los reactivos y cometarios que las personas realizaron acerca de la Ruta del Maíz.

El tipo de investigación que se realizó fue cuantitativo y cualitativo.

Resultados y Discusión. El análisis de la información indicó que el municipio tiene mucho por ofrecer hacia los turistas, personas nacionales y extranjeras que están interesadas, notar y vivir por su cultura, sus campos, sus gentes, sus tradiciones, sus costumbres, sus danzas, tener la mayor experiencia dentro del pueblo. Es por ello, que como propuesta se pretende retomar la ruta en donde se dé a conocer las diferentes actividades a realizar en cuanto al conocimiento del maíz, *Ruta del Maíz*. Para llevar a cabo este recorrido denominado Ruta del Maíz se consideran ciertas actividades principales en donde el turista podrá adquirir experiencia y vivencia turística sobre la ruta del maíz desde el cultivo, hasta el proceso para el consumo humano. El Tour tendrá la capacidad máxima de 8 personas, como requisitos, se les pide llevar ropa cómoda, zapatos cerrados, gorra o sombrero, repelente. Las herramientas se le proporcionarán para las debidas actividades. Se busca tener alternativas para que todos en su conjunto aporten a sus actividades a realizar, es por eso que se maneja también de manera virtual si en dado caso el turista no desea interactuar físicamente, pero lo más conveniente es la interacción que debe tener el turista con el medio donde se cultiva y procesa el maíz, así mismo recordar que esta es una de las principales materias primas de consumo. Mediante un estudio de mercado que se realizó en el municipio de Rayón Chiapas, se determinó el análisis que la Ruta del Maíz impactan favorablemente en los siguientes sectores.

Económico: el proyecto implementado permitirá generar mayor ingreso para las comunidades rurales, el destino brinda oportunidades justas y equitativas de empleos en el sector turístico, agricultor, capacitación para mujeres, jóvenes y minorías y otras poblaciones vulnerables, brindar oportunidades de capacitación para posiciones de manejo y dirección de una empresa turística similar a la nuestra. Para ser generadora de empleos y oportunidades de trabajo se pretende rentar parcelas o convenios para adecuadas para el crecimiento de las plantas, a través de divisiones para poder ver los procesos siembra y desarrollo de las plantas.

Social permitirá impulsar la revalorización de la cultura, gastronomía, y costumbres locales parte de un patrimonio primario que motiva la llegada de turistas, con el consecuente fortalecimiento de las identidades de la comunidad local. Para mejorar el proyecto y tener un realce dentro del municipio y el Estado, es necesario integrar acciones con el gobierno municipal para un compromiso amplio por parte de la comunidad para conservar la biodiversidad. Permitirá a los residentes del destino programas reguladores para crear una

conciencia turística. Las siembras se llevarán a cabo sin utilizar productos químicos para evitar la contaminación y daños a la sociedad, permitiendo ser altamente comprometida con el medio ambiente.

Conclusiones y recomendaciones. La protección y conservación del medio resulta fundamental debido a que es un factor importante en la economía de nuestras familias en el Municipio de Rayón, se considera que el proyecto brindara demasiado auge así como también ayudará al impulso económico, identificando una serie de ventajas sustentable para las pequeñas unidades de producción como en su caso es; la comercialización del elote en una considerable cantidad y el maíz mismo en cierta cantidad, pero considerando que la producción será elevada, así mismo obtener un buen manejo sobre el riesgo agrícola lo que a nosotros nos proporciona mayores garantías en la producción del maíz.

El usuario disfrutará del recorrido y obtiene una experiencia satisfactoria que se le brindará en la ruta ya trazada de manera dinámica y aprenderá a conocer la elaboración de los diferentes productos derivados del maíz, mismos que en su mayoría son para el consumo humano. El proyecto ayuda a la economía familiar, local y regional y al cuidado de esta.

Referencias bibliográficas:

- Dr. José Antonio Serratos Hernández. (enero de 2009). El origen y la diversidad del maíz en el continente americano José Antonio. Ciudad de México: Greenpeace México.
- CONACULTA. Artífices y Artesanías de Chiapas. Edición 2000. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- Congreso del Estado. Constitución Política del Estado de Chiapas. Gobierno Constitucional del Estado de Chiapas. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, 2000.
- INEGI-Gobierno del Estado de Chiapas. Anuario Estadístico de Chiapas, ediciones 2001 y 2002. Aguascalientes, Aguascalientes 2002.
- José Luis Castro A. Historia de la Constitución Política del Estado de Chiapas, 1825-1995. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- UNAM.2007. Nuevo Atlas de México. Instituto de Geografía. 2da. Ed. México, D.F - Vargas, L.A. 2007 La historia incompleta del maíz y su nixtamalización. Cuadernos de Nutrición.

DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL PARA EL TURISMO RURAL EN UNA COMUNIDAD INDÍGENA DE ZONGOLICA, VERACRUZ

Violeta Domínguez-Flores³¹, Uriel Alejandro Morales Carrera³², Julio Díaz José³³

Palabras Clave: Evaluación, potencial turístico, oferta y demanda turística.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del turismo en las zonas rurales está representando una alternativa para el desarrollo económico de estas regiones, a través de una nueva fuente de ingresos que complementa a sus actividades de trabajo. La integración del turismo a las regiones rurales se ha propuesto como estrategia para el desarrollo del sector rural en diferentes lugares del mundo tanto en Asia (Amir et al., 2015), Europa (Monzonís, 2006) y América (Román & Ciccolella, 2009) y desde luego en México.

Para el desarrollo exitoso de esta actividad, es necesario realizar la evaluación turística que conlleva a un análisis completo de la oferta y la demanda turística que permite definir el potencial que tiene una zona. En México se han realizado diversas iniciativas que promovieron los estudios del potencial turístico, uno de ellos fue el Programa de Ecoturismo y Turismo Rural que nace a través de un diagnóstico efectuado en 2009 por la empresa Xola Consulting para la Secretaría de Turismo (SECTUR) en la que tuvo como finalidad identificar los sitios en el país con alto potencial para el desarrollo del Turismo de Naturaleza, así como presentar una propuesta de mecanismos y estrategias de consolidación del segmento. (Mir et al., 2011). Sin embargo, aún existen brechas del conocimiento para la identificación del potencial en muchas regiones que cuentan con potencial turístico en el país.

El objetivo del trabajo es determinar el potencial turístico a través de metodologías participativas que permitan proponer estrategias de aprovechamiento del turismo rural en una comunidad de

Zongolica, Veracruz. La metodología se basa en la propuesta de evaluación integral de SECTUR (2002) y el enfoque planteado por García, (2005) para evaluar el lugar en estudio. Los pasos del método utilizados fueron los siguientes: la descripción del sitio; un diagnóstico del sitio que incluye el análisis de la oferta y la demanda; la evaluación del potencial a través de un enfoque cuantitativo y, por último, reflejar los resultados en un mapa de potencialidad turística.

METODOLOGÍA

Enfoque

El presente estudio tiene un enfoque mixto, ya que se aplicaron herramientas de carácter cuantitativo y cualitativo. Se usaron técnicas de recolección de datos como fichas de registro,

³¹ Violeta Domínguez Flores, tesista del Instituto Tecnológico Superior de Zongolica

³² M.A.N. Uriel Alejandro Morales Carrera, Docente del Instituto Tecnológico Superior de Zongolica

³³ Dr. Julio Díaz José, Docente del Instituto Tecnológico Superior de Zongolica

cuestionarios; así como la observación participante, entrevistas directas y reuniones con habitantes de la localidad.

Así mismo, la investigación es de tipo exploratoria, descriptiva y de carácter correlacional. Es de carácter exploratorio debido a que el tema no se ha estudiado en la región, y se tiene escasa información de los recursos turísticos con los que cuenta la comunidad; también es de carácter descriptivo, debido a que el objeto de esta investigación es registrar y por tanto describir los recursos turísticos con lo que se cuenta (Sampieri, 2006). Finalmente, es de carácter correlacional debido a que, para determinar el potencial turístico se analiza la relación que existe entre la infraestructura, los servicios, y los mismos recursos turísticos disponibles.

Para desarrollar este trabajo se usó el método integral de evaluación con base en la propuesta de SECTUR (2002). Este enfoque consiste en analizar los componentes de un producto turístico a partir de distintas fases que van desde la recolección de datos hasta el análisis de información. Debido a las características de la zona de estudio considerada como área rural, también se usó el enfoque propuesto por García (2005) que propone un producto turístico especializado en zonas rurales.

Colecta de información

Para la colecta de datos se utilizaron diversos instrumentos. A través de recorridos, se usó una ficha de diagnóstico que permitió identificar los recursos culturales y naturales con los que cuenta la comunidad; también se usó una entrevista que permitió recabar datos de la demanda turística y que tiene la comunidad para esta actividad; finalmente se utilizó un cuestionario en el que se plasmó la información para determinar el potencial turístico a partir de la calificación de distintos criterios de disponibilidad de oferta y demanda turística (**Cuadro 1**. La entrevista también permite cruces de información con los resultados obtenidos en el cuestionario y la ficha.

Cuadro 1 Instrumentos de colecta de información de campo

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (2002) y Silva, *et al* (2008)

Instrumento de colecta Descripción

Ficha de diagnóstico	Se incluyen distintos apartados
	Ubicación del sitio, descripción, ruta de acceso, actividades turísticas, estado de conservación
Cuestionario	El cuestionario contiene los componentes de la oferta, de acuerdo con la definición integral de producto turístico, así como de la demanda, considerando los componentes principales del mercado:

Recursos naturales, culturales, instalaciones, infraestructura turística y general mercado Turístico. Se aplicó una entrevista estructurada enfocada a la determinación de demanda turística de la región.

Entrevista Los apartados que se identificaron fueron las características que definen al perfil del turista y las características del mercado.

Análisis de la información

Para el análisis de la información se utilizaron los criterios de evaluación, el sistema de medición cuantitativa que se deriva de la calificación que se le asigna a cada concepto y un mapa conceptual que permite visualizar las potencialidades turísticas de la región propuestos en la metodología integral de evaluación (SECTUR, 2002). **Criterios de evaluación**

Según Fernández (2009) al evaluar se realizan dos actividades una es medir (recoger información) y valorar (comparar los datos obtenidos en la medición con los criterios de referencia y los niveles o estándares).


- 1.-La ausencia de componentes de la oferta turística o de la demanda de servicios turísticos (rojo = 0).
- 2.-Se confirma la existencia de los componentes de la oferta y/o demanda, pero con fuertes limitaciones (amarillo=1).
- 3.-Se cuenta con los componentes de la oferta y/o demanda en condiciones aceptables para el aprovechamiento turístico actual (verde=2).

Sistema de medición cuantitativa

Ya asignados los criterios de evaluación, se transformó el sistema de calificación cualitativo a uno cuantitativo facilitando el análisis de los resultados.

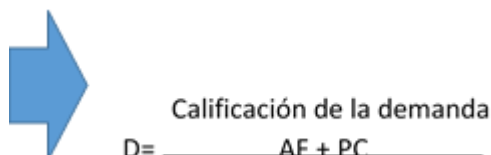
Como resultado, el sistema sólo considera y evalúa los componentes que se califican al contestar el cuestionario; y el rango de calificación de cada sección debe estar entre los valores “0 a 2” y ser semejante para todos los conceptos analizados. para determinar el valor promedio total de la oferta turística de El Porvenir, se pusieron pesos específicos (**cuadro 3 y 4**), con el fin obtener un promedio ponderado, en la oferta se da mayor importancia a la existencia de recursos turísticos (naturales y culturales), y en la demanda ejercen el mismo valor ya que las dos tienen la misma importancia y dependen uno de la otra.

Cuadro 3 Pesos de ponderación en la oferta turística.
Fuente Elaboración propia a partir de SECTUR (2002)

COMPONENTE	VALOR	
Recurso turístico (RT)	50%	
Equipamiento y servicios turísticos (EST)	20%	
Instalaciones y servicios turístico (IST)	10%	
Infraestructura (ST)	20%	
		Calificación de la oferta
		$O = .50 RT + .20 EST + .10 IST + 20 IS$

Cuadro 4 Pesos de ponderación en la demanda turística
Fuente Elaboración propia a partir de SECTUR (2002)

COMPONENTE	VALOR
Afluencia turística (AF)	0.5
Publicidad y comercialización (PC)	0.5



Mapa de potencialidades turísticas

El mapa de potencialidades (**figura 1**), representa los resultados de la valoración de la oferta y de la demanda, el cual contiene 4 cuadrantes en los que se interpretan diferentes situaciones turísticas.

MAPA DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA

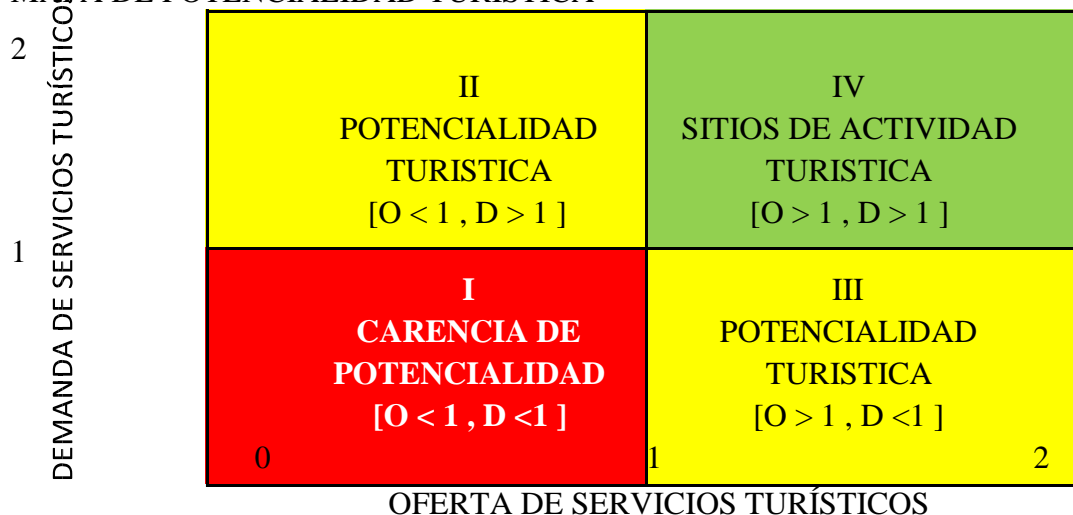


Figura 1 Mapa de potencialidad turística
Fuente (SECTUR, 2002)

En el Cuadrante I (color rojo) Su valor promedio de la oferta y la demanda es menor a “1”, esto quiere decir que el lugar de estudio carece de potencialidad turística suficiente, por tal motivo es preciso identificar una vocación productiva alterna para la región de acuerdo con las fortalezas y oportunidades de otras actividades económicas.

Cuadrantes II y III (color amarillo en ambos) se identifican por tener potencialidad turística, la calificación promedio de la oferta es menor a “1”, pero la de la demanda rebasa esa puntuación. Esto quiere decir que los recursos turísticos se encuentran en cantidad limitada

o con fuerte deterioro, se padecen grandes deficiencias. El Cuadrante III (color amarillo) La región o municipio tiene productos turísticos, con recursos, equipamiento, instalaciones e infraestructura adecuada, pero sin la suficiente afluencia de turistas.

En el Cuadrante IV (color verde), se localizan los municipios y localidades que actualmente están realizando actividades turísticas y funcionan de manera correcta ya que la oferta y la demanda superan al cálculo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La localidad de El Porvenir ofrece grandes potencialidades para el desarrollo de productos turísticos que promuevan los recursos naturales y culturales. Se ubica en el cuadrante III el cual está caracterizado por una demanda insatisfecha es decir que la afluencia de turistas nacionales como internacionales es reducida. De igual manera se menciona que si bien la oferta fue mayor a la demanda existen deficiencias en cuanto a los servicios turísticos, equipamiento e instalaciones, pudiendo ser la causa del reducido número de turistas externos, sin embargo, los recursos naturales y culturales se encuentran en disposición para ejercer actividades turísticas y ser aprovechados siempre y cuando sea de manera sustentable.

Existen diversos métodos que se han aplicado para evaluar regiones o municipios los cuales contienen factores enfocados a áreas extensas. La metodología empleada fue ajustada para evaluar una región local, en la que se buscó aquellos elementos que conforman al turismo rural y de aventura y de esta manera tener una evaluación balanceada.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En conclusión, la evaluación del potencial turístico es la base para la planeación y toma de decisiones que permite asegurar el desarrollo exitoso de proyectos turísticos y el aprovechamiento de los recursos turísticos naturales, culturales e histórico monumentales en zonas rurales.

Así mismo, el turismo es una actividad que trae consigo impactos positivos, sin embargo, el uso desmedido de esta actividad genera impactos negativos al medio ambiente y por tanto, es necesario crear un programa que fomente la conservación y manejo sustentable de los recursos naturales, donde la inversión de la infraestructura y equipamiento turístico debe considerar la conservación de los paisajes naturales y de la fauna silvestre ya que ésta forma parte de la satisfacción del visitante en su existencia turística, por ejemplo, poner baños públicos ecológicos cerca de los recursos naturales, implementar un estudio de impacto ambiental.

El siguiente paso en este proyecto es la concertación con autoridades locales para la inversión en infraestructura y equipamiento que promueva el turismo de la región y permita a los habitantes de las comunidades superar las brechas de marginación a las que se encuentran expuestos.

BIBLIOGRAFÍA

- Amir, A. F., Ghapar, A. A., Jamal, S. A., & Ahmad, K. N. (2015). Sustainable Tourism Development: A Study on Community Resilience for Rural Tourism in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 168, 116–122.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.217>
- Fernández, A. (2009). *La evaluación de los aprendizajes en la universidad: nuevos enfoques*. Universida Politécnica de Valencia.
- García, H. B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. *cuadernos de turismo en linea*, 15, 113–133.
- Mir, C., Coralie, M., & Loyola, D. (2011). *Evaluación en materia de Diseño del Programa de Ecoturismo y Turismo Rural Informe Final*.
- Monzonís, S. (2006). Turismo rural en Europa. *Aportes y transferencias*, 10, 25–35.
- Román, F., & Ciccollella, M. (2009). Turismo rural en la Argentina: Conceptos, situación y perspectivas. Buenos Aires Argentina: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Sampieri, R. H. (2006). *Metodología de la investigación*. (T. C. Miguel, Ed.) (Cuarta edi). México: McGraw-Will Interamericana.
- SECTUR. Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios. (2002).
- Silva, J., Cortejo, C., Soto, J., & Albán, C. (2008). *Manual para la formulción del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. (M. de comercio exterior y Turismo, Ed.) (1st ed.). Peru: Biblioteca nacional del Peru.

EL REGRESO A LAS RAÍCES CULINARIAS EN MÉXICO A PARTIR DE LA COCINA ROTATIVA

*M. en A.N. Alfredo Hernández Cedillo³⁴, EAET Sonia Edith Mejía Castillo, M. en E.T.
Elvia Tzutzuki Cruz Arizmendi*

Palabras clave: Ingredientes, Comunidades, Tradición, Insumos naturales.

Resumen: El presente documento plantea la cocina rotativa como aquella que se basa principalmente en una cocina tradicional, que toma como referencia el regreso a las raíces, al recuperar la materia prima que la naturaleza y/o madre tierra proporciona al ser humano para la producción de alimentos y bebidas, basada principalmente en el aprovechamiento de insumos naturales y regionales, propios de la temporada de las diferentes zonas, propiciando así un consumo saludable de los productos naturales, sin procesos industriales y a un bajo costo. Asimismo, se presentan los antecedentes históricos que constituyen la base de la cocina rotativa, los insumos, técnicas y utensilios propios de esta cocina y que si bien es cierto la caracterizan hoy en día, también representan una tradición culinaria ancestral.

Abstract: This document presents the rotary kitchen as one that is based mainly on a traditional kitchen, which takes as reference the return to the roots, by recovering the raw material that nature and the mother earth provides to the human being for the production of food and drinks, based mainly on the use of natural and regional inputs, typical of the season of the different zones, thus promoting a healthy consumption of natural products, without industrial processes and at a low cost. In addition, the historical antecedents that constitute the base of the rotating kitchen, the supplies, techniques and utensils of this kitchen are presented and that although it is true they characterize it nowadays, they also represent an ancestral culinary tradition.

Keywords: Ingredients, Communities, Tradition, Natural inputs.

Introducción

Con el objeto de comprender como se constituye la cocina rotativa, es necesario retomar parte de la historia, en relación a los primeros alimentos que el hombre consumió con el propósito de satisfacer una necesidad prioritaria, remontándonos a la prehistoria cuando el hombre se nutría a base de alimentos que él mismo recogía dentro de su entorno, cortaba, y cazaba con las pocas armas con las que contaba, dependiendo solamente de la buena suerte o el azar. Los vegetales, caracoles, gusanos, cochinillas, lagartijas, ratones, ratas, pescados, crustáceos, todos ellos en crudo, constituían su dieta alimenticia.

El alimento básico al principio de la humanidad fueron las bayas, frutos, raíces, hojas y tallos. Lo primero que aprendió el hombre fue a cazar, pescar y después a sembrar y recolectar.

³⁴ alfredin86@hotmail.com, sonnyncode@yahoo.com, elviacruzarizmendi@gmail.com

El inicio de la cocina surge al frotar dos pedazos de madera dura y descubrir el fuego, permitiendo al hombre convertirse en el único ser vivo capaz de cocer y conservar sus alimentos, dando pauta así al nacimiento de la cocina.

Antecedentes: La agricultura y la domesticación de algunos animales trajeron consigo el sedentarismo del hombre, momento en el cual los pueblos continúan escribiendo su historia. En estos asentamientos, la población empezó a crecer por lo que fue necesario domesticar otras especies como los bovinos, la cabra, las ovejas, el cerdo, el asno en oriente al igual que el buey y más adelante los gallos y los camellos, dando origen a la ganadería que inició en tierras del Delta del Nilo. Una de las civilizaciones de la antigüedad que incursionó con nuevas técnicas fue la egipcia, quienes fueron los primeros en encontrar la técnica para la engorda de aves y mamíferos.

La cocina rotativa ha estado presente en la historia del hombre desde sus orígenes, es así que la gastronomía de las antiguas civilizaciones reflejaba el uso de insumos de temporada; por ejemplo, en el antiguo Egipto, el cultivo de los cereales como la cebada, la avena y el centeno, fueron aprovechados para la elaboración de pan y cerveza, productos que ellos mismos elaboraban en su casa. Su alimentación se complementaba con el cultivo de determinadas verduras, como lo son, cebollas, ajos, frutos, legumbres, tallos tiernos de papiro, las raíces y los bulbos de Lotus; así mismo, como Gutiérrez (2012) refiere, la ganadería, les permitió tener a la mano leche y queso y se consumía carne de antílopes, erizos, liebres, ratones e incluso hienas, a las que se engordaban con este fin. Dentro de las aves, el animal más utilizado fue la oca, la cual engordaban para obtener el foie gras. De igual forma, obtenían diversos pescados que capturaban fácilmente en las aguas del Nilo, los cuales se consumían de inmediato o se secaban para almacenarse, algunos se adobaban en salmuera.

Respecto a las civilizaciones mesopotámicas, Néstor Luján (1997, p.17), menciona “las riberas del Éufrates, fueron una de las cunas de la agricultura y en ellas la alimentación representaba un aspecto muy distinto de la de los Hititas “ya que en esa época, lo que hoy en día es desierto, eran campos de riego donde se cultivaba el trigo, la cebada, originarios del valle del Éufrates, el mijo, el sésamo, el arroz, las lentejas, los garbanzos, las cebollas, los pepinos, las calabazas y la berenjena procedentes de la India. Como frutos se cultivaron las almendras, los pistaches, melocotón, las ciruelas, la higuera, las nueces, las moras, las granadas, los dátiles y las uvas.

Derivado de lo anterior, se destaca, que la cocina rotativa se ha relacionado estrechamente a la historia y evolución del hombre, ya que siempre se han aprovechado los alimentos que la naturaleza ofrece en las diversas regiones de los asentamientos humanos y que han permeado hoy en día con tal impacto, que muchos de estos insumos conforman elementos de la gastronomía actual de diversos países alrededor del mundo.

Los ingredientes dentro de la cocina mexicana tradicional los podemos encontrar de forma natural y a la mano de todos, prueba de ello están los mercados en donde encontramos todo tipo de enceres frescos y naturales como el maíz, frijol, calabaza, vainilla entre otros y no se puede dejar de lado las técnicas que han marcado una tradición sin lugar a dudas en la cocina mexicana como lo es la nixtamalización.

Planteamiento del problema: La cocina rotativa ha existido desde épocas antiguas, tal como se ha establecido en el apartado anterior; no obstante, ésta ha marcado una identidad culinaria basada en sus elementos como lo son: las técnicas, ingredientes y utensilios que con el paso del tiempo desafortunadamente se han perdido; por ello se busca el regreso a las raíces y a los insumos que la madre tierra proporciona, a través de la difusión de las cocinas tradicionales.

Justificación de la investigación: La importancia de la presente investigación radica en la necesidad de identificar aquellos elementos culinarios de origen antiguo que permanecen y caracterizan a la cocina rotativa, como un ejemplo representativo de la vinculación estrecha que debe existir entre el hombre y la naturaleza, al aprovechar los insumos de temporada que provee el planeta tierra para la satisfacción de una necesidad prioritaria como lo constituye la alimentación. De igual manera, porque a partir del conocimiento y existencia de la cocina rotativa, se deba tomar conciencia del cuidado y conservación de los recursos naturales de flora y fauna.

Objetivo: Identificar los antecedentes, insumos, técnicas y utensilios de origen ancestral que actualmente caracterizan a la cocina rotativa a partir de la información documental existente.

Metodología: La metodología es de carácter cualitativo toda vez que se refiere a: "...una realidad que descubrir, construir e interpretar... mediante la fenomenología, constructivismo, naturalismo e interpretativismo, esto es una especie de "paraguas", en la cual se incluyen una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos" (Hernández, Fernández-Collado, & Baptista, 2006:8 - 11). También se utilizó la observación como herramienta de investigación, de la cual, Hernández, Fernández-Collado, & Baptista (2006:672) menciona que "va enfocándose hasta llegar a las unidades vinculadas con el planteamiento inicial del problema, conforme se enfoca la observación, podemos ir creando guías más completas". También se recurrió a la investigación-acción, donde se destaca su carácter participativo, el impulso democrático y la contribución al cambio de la realidad que implica de forma continua la acción y la reflexión sobre los diferentes campos de actuación y análisis del fenómeno a estudiar, y que contribuye a clarificar una situación problemática, formular, poner en práctica y evaluar estrategias de acción, además de propiciar nuevas aclaraciones y diagnóstico de la misma, de tal forma que se generen propuestas de acción mediante procesos reflexivos y aplicativos a una realidad concreta.

Resultados y discusión

"La temporalidad se refiere al periodo asociado a determinadas actividades de producción y que se repite de manera cíclica todos los años. En estos ciclos los productos agrícolas crecen y maduran bajo las condiciones propias de la época del año en la que se establezcan." (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, Octubre 2016)

La cocina rotativa se relaciona a la cocina de mercado, de la cual Paul Bocuse (1926-2018) es su mayor representante (influencer), quién la define como una experiencia gastronómica memorable que combina sabor y productos de temporada, con toques culinarios modernos, tiene que ver con el trabajo de materia prima de temporada y la calidad de ésta, ya que se busca recuperar la esencia de los alimentos, destacando sus sabores originales y se basa en

platillos constituidos con ingredientes recolectados en la misma zona, evitando así la pérdida de su esencia.

Es por ello que pueden encontrar ingredientes naturales en todo lugar como resultado de la difusión que ha tenido los ingredientes en las principales cocinas del mundo.

Conclusiones y recomendaciones: Se puede concluir que los ingredientes de temporalidad son un factor importante para la cocina rotativa, y a su vez para conservar y preservar la cocina tradicional mexicana, el regreso a las raíces de los pueblos que fueron pioneros en la invención de técnicas ancestrales, utilizando ingredientes endémicos frescos y de calidad, a lo largo del tiempo se han conservado y han pasado de generación en generación.

Es importante que las generaciones hoy en día mantengan una identidad culinaria aunada a las tradiciones y a todo lo que conlleve a la conservación del patrimonio, muestra de ello es la cocina mexicana... majestuosa, exquisita e inigualable.

Referencias bibliográficas

García Canclini, Néstor; Cruces, Francisco y Urteaga Castro, Maritza [coords.]. (2012). Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. España: Ediciones Ariel/UNED/Fundación Telefónica.

Disponible en:

https://books.google.com.mx/books?id=P4lnJz_tl1cC&pg=PA61&lpg=PA61&dq=concepto+trendsetter&source=bl&ots=1U8rfRQb7_&sig=W0xPe8z1KW8AiwJPTc6VAQ5UNQ0&hl=es&sca=X&ved=0ahUKEwjofXswrfOAhVM5GMKHZFIDhUQ6AEIUTAJ#v=onepage&q=concepto%20trendsetter&f=false

Massonier, Verónica (2008). Tendencias del mercado: están pasando cosas. Argentina: Ediciones Garnica.

Merino, Marcos (2016). ¿Qué es un influencer y cómo puede afectar a tu marca? Social Media, TIC Beat. México. Disponible en: <http://www.ticbeat.com/socialmedia/que-es-un-influencer-ycomo-puede-afectar-a-tu-marca/>

Moscoso Barcia, Yanina (2006). Tendencia en diseño. En «Actas de Diseño», Año I, Vol. 1, Agosto 2006. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=5411&id_libro=13

Néstor Luján (1997, p.17), Historia de la Gastronomía. España: Ediciones

Prim, Alfonso (2015). EarlyAdopters: 5 Claves para detectar a tus primeros clientes. España: Innokabi. Disponible en: <http://innokabi.com/early-adopters-5-claves-para-detectar-a-tusprimeros-clientes/>

Salgado, Erlin (2016). ¿Qué es una tendencia? Círculo de tendencias, blog de Consultora Experta en Tendencias de Consumo. Disponible en: <http://www.circulodetendencias.com/quees-una-tendencia>

TURISMO RURAL, ESTRATEGIA DE CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE PARA EL MUNICIPIO DE TEZONTEPEC DE ALDAMA

Arturo Hernández Sánchez³⁵, Gilberto Pacheco García, Priscila Marisol García Lucero

Palabras Clave. Turismo Rural, Comunidades, Desarrollo, Experiencias, Medio Ambiente.

INTRODUCCIÓN

A partir de la década de los 70s empieza a emerger el desarrollo de actividades turísticas sostenibles. Como lo es el caso del Turismo Rural que actualmente está participando activamente en el sector económico -turístico de México. El turismo rural se basa en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas de las comunidades rurales de los grupos étnicos y a pesar de que En México es aún incipiente se pronostica un futuro próspero en base en la diversidad biológica, variedad de ecosistemas, flora y fauna endémica, así como en la cultura y la república mexicana está dotada de estos.

METODOLOGÍA

Planteamiento del Problema:

El desarrollo tecnológico-industrial está absolviendo de manera drástica todas aquellas expresiones sociales y culturales que proporcionan identidad a comunidades y regiones en las zonas rurales o aledañas a las grandes ciudades causando un impacto negativo en el medio ambiente es por ello que el desarrollo del turismo sustentable en su modalidad rural se perfila como un medio de crecimiento desarrollo y conservación del patrimonio cultural de Tezontepec de Aldama.

Justificación

La preservación de la identidad cultural de las regiones rurales, así como el desarrollo del turismo rural puede convertirse en un motor de desarrollo comunitario- económico que beneficia a la población en general y al medio ambiente por lo cual es de vital importancia del rescate y realce de la identidad cultural de Tezontepec de Aldama

Objetivos:

Objetivo general:

Incentivar a los habitantes del municipio de Tezontepec de Aldama a recuperar y conservar su identidad cultural a través del desarrollo comunitario sustentable

Objetivos Específicos:

Valorizar la identidad cultural del municipio de Tezontepec de Aldama

Promocionar y difundir las manifestaciones arquitectónicas y culturales de la región.

³⁵ arturo-hs@outlook.com

Alcances y limitaciones

Alcances: Crear experiencias recreativas involucrando al turista para crear actitud a favor del turismo rural difundiendo la necesidad de conservación de las culturas a través de la interacción con los habitantes de la comunidad del municipio, Infundiendo la responsabilidad y el respeto por las culturas.

Limitantes: Disposición de pobladores que protegen sus territorios impidiendo el acceso al turista y al mismo tiempo que la comunidad se vea afectada por el fenómeno turístico, desde los que participan de manera completa y directa hasta los que participan de manera indirecta.

Herramientas e instrumentos de investigación

En esta investigación se hizo uso de herramientas tecnológicas y escritas consultando documentos oficiales de SECTUR y al mismo tiempo se realizaron algunas entrevistas a pobladores de Tezontepec de Aldama para conseguir elementos esenciales de análisis crítico e interpretativo de esta investigación.

Fuentes primarias y secundarias.

Primarias: Para la investigación de este emprendimiento se buscó la ayuda de personas que tiene el interés y la preocupación de realizar actividades que atraigan al turismo de manera sustentable dentro del municipio.

Secundarias: En la búsqueda de información enriquecedora para ejecutar el proyecto se realizó el uso de fuentes de información en páginas web, libros, revistas.

Contexto Referencial

Tezontepec de Aldama es uno de los 84 municipios que conforman la entidad federativa del estado de Hidalgo, colinda con el municipio de menor extensión territorial que es Tlahuelilpan. Fue fundado el 8 de agosto de 1865, cuenta con una extensión de aproximadamente 163.31 km. Su nombre se deriva del náhuatl que significa “En el cerro del Tezontle”. Tienen una población aproximada de 53009.

MARCO TEÓRICO

El turismo rural son los viajes que tienen como propósito realizar actividades de convivencia e integración con una comunidad rural en las expresiones sociales, culturales y productivas. Este tipo de turismo sigue los principios del desarrollo sustentable: que busca aprovechar los recursos naturales actuales sin afectar las necesidades de las generaciones futuras ya que según la SECTUR el turismo rural es el segmento más humano que brinda al turista una gran oportunidad de experimentar de forma activa un encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que lo cohabitan en un ambiente rural; prepara alimentos, elabora artesanías para uso personal, aprende lenguas ancestrales, hace uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume, es actor de eventos tradicionales, percibe y aprecia las creencias religiosas y paganas logrando con todo ello sensibilizar sobre el respeto y valor de su identidad cultural.

Este segmento del turismo es primordialmente la cultura local como componente clave del producto ofrecido es por ello por lo que la comunidad de Tezontepec de Aldama brinda una amplia gama de estructura rural al turista.

Resultados preliminares

Los resultados que se pretenden alcanzar son el hacer que la gente entre en conciencia y que estas mismas ayuden a un desarrollo sostenible para el beneficio de un turismo rural donde se respete la cultura, que estas aportan a toda la nación y así halla un respeto hacia el medio ambiente donde cuidemos y valoremos cada una de nuestras raíces que nos identifican como mexicanos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El Turismo Rural es una fuente que va en constante crecimiento, para que así se resalte la conservación del medio ambiente donde será de gran importancia lo que las regiones lleguen aportar, mediante actividades recreativas, actividades de agroturismo, donde el turista viva la experiencia que es el participar en estas actividades y no solo que sea un espectador más de esta manera se tendrá un equilibrio del medio ambiente y al igual el resaltar y dar a conocer la cultura de estas regiones de la nación.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El despegue del turismo rural obedece a una serie de factores que responde a la necesidad de diversificación económica de las actividades en el medio rural según los principios de la pluriactividad agrícola, el cambio en las tendencias de la demanda turística y la instrumentación del turismo rural como mecanismo de fomento en áreas rurales. Se observa una evolución notable en la consideración del turismo rural en las comunidades de las regiones de la República Mexicana pasando desde posicionamientos negativistas hasta la actual conservación del medio ambiente y el crecimiento de este sector que conlleva a un crecimiento económico y social.

Descubre la esencia tradicional del medio rural y participa en las prácticas y costumbres de un patrimonio social, cultural e histórico más auténtico y natural, sin artificios.

Tener en cuenta los valores del turismo rural: Respeto, Autenticidad, y conservación del medio ambiente a través del turismo rural.

BIBLIOGRAFIA

- J, C. (15 de 06 de 2010). Modalidades del Turismo. Obtenido de <https://cortijovillarosa.com/turismo-rural-modalidades/>
- MG, M. (2009). Turismo Rural. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5026276.pdf>
- S.A. (03 de 2010). Turismo Rural. Obtenido de <http://www.elclima.com.mx/turural.htm>
- S.A. (16 de 02 de 2012). Club Rural. Obtenido de <https://www.clubrural.com/blog/10-consejospara-mejorar-el-turismo-rural/>
- S.A. (21 de 08 de 2017). La Vanguardia. Obtenido de <http://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20170818/43611891537/consejos-turismorural-sostenible.html>

DIAGNÓSTICO PARA LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL EN EL MUNICIPIO DE EMPALME, SONORA

Mitzia Alejandra Osuna Ocegüera; Mtro. Gabriel Alejandro Martínez Larios

Palabras Clave: Turismo rural, productos y servicios turísticos, Empalme Sonora

INTRODUCCIÓN

Antecedentes. El turismo rural es el segmento más humano del turismo alternativo, ya que ofrece al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural y además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural (González, 2011).

También, el turismo rural es una actividad relativamente nueva, la tendencia existente va hacia la actividad como complemento a las actividades agropecuarias con la creación de servicios de alojamiento, de recreación o de restauración; que incluyen los productos de los agricultores. La interacción de los campesinos que transmiten su forma de vida tradicional en el área rural, para atraer a los turistas y visitantes, y con esto hacer competencia con el tradicional turismo de sol y playa; sigue los principios del desarrollo sustentable, que buscan aprovechar los recursos naturales actuales sin afectar las necesidades de las generaciones futuras, mientras se generan ingresos complementarios (Valdez & Ochoa, 2015).

La viabilidad del turismo rural en Sonora es incuestionable, la variedad de sus atractivos naturales, sus recursos arquitectónicos e históricos y sobre todo, su gente, la convierten en una opción más dentro de la oferta turística del estado; sin embargo es solamente a través de una comunidad organizada y que trabaja en coordinación directa con los distintos niveles de gobierno, que se puede llegar a un proyecto concreto, que permita la mejora de la calidad de vida de sus habitantes (Beltrán, Isidro).

Particularmente, el municipio de Empalme, Sonora fundado en 1905, como comisaría de Guaymas, por la influencia del ferrocarril Cananea-Río Yaqui Pacífico, enfrenta desde entonces una posición en desventaja ante la estrategia del desarrollo turístico de la zona de San Carlos, pues ante la posibilidad de convertir el área del Cochórit en Empalme, en un centro turístico recreativo para visitantes nacionales, es difícil no seguir siendo una segunda opción después de San Carlos (Empalme H.A., 2018).

Planteamiento del problema

El turismo rural es un sector de bajo impacto, pero en el estado de Sonora no se cuenta con suficiente promoción para que los turistas puedan acceder a todas aquellas actividades fuera de la rutina, así como conocer distintas expresiones sociales, culturales y productivas; tener un acercamiento al folclore, ferias, fiestas, gastronomía y artesanías. Dentro de ello entra la región de Empalme, que difunde poco los sitios de interés turísticos, y además desaprovecha los medios tecnológicos disponibles que brindan ventajas de bajo costo y accesibilidad.

El turismo rural debería ser una de las principales atracciones en el municipio de Empalme, ya que cuenta con muchos atractivos, ya que no solo es sol y playa, sino que permite conectar a sus visitantes con el pasado lleno de tradiciones y con un mundo rural lleno de paz y

misticismo; sin embargo se requiere para su desarrollo un trabajo integral y sustentado en un diagnóstico, por lo que a partir de aquí se desprende la siguiente pregunta: ¿Qué actividades de turismo rural se pueden ejecutar en esta localidad tomando en cuenta los recursos con los que cuenta?

Justificación

La comunidad de Empalme, Sonora se vea beneficiada con esta investigación, ya que el detectar el tipo de actividades que se pueden ejecutar en la localidad, servirá para dirigir de una mejor manera la promoción del turismo rural y de manera consecuente al aumentar la promoción de los espacios de interés turístico, se espera que el turismo rural, ayude a recuperar las tradiciones, reforzar el sentido de pertenencia e incrementa la autoestima de sus habitantes dándole sentido al patrimonio conservado.

Se espera que sirva de base para focalizar las áreas que requieren apoyo para su recuperación y el mantenimiento de las zonas arquitectónicas y culturales de la región, así como la protección de los entornos naturales e impulsa el desarrollo regional y comunitario, sobre todo en aquellas zonas que no tienen otra posibilidad de generar ingresos.

Aunado a lo anterior se espera que con el turismo rural tanto los visitantes nacionales como los extranjeros puedan conocer de manera directa el campo y alcanzar una experiencia agradable, donde el turista se libere del estrés y recupere su equilibrio físico y psicológico. Además, con esto se logra hacer conciencia en los turistas sobre la realidad de las comunidades anfitrionas mediante la convivencia auténtica y espontánea con sus pobladores y dejar una derrama económica que llega de manera más íntegra a los prestadores de servicio de la localidad y a sus anfitriones.

Objetivos

Identificar el potencial de actividades de turismo rural a desarrollar en la ciudad de Empalme, Sonora, mediante la realización de un diagnóstico, con base en el modelo tradicional de Zimmer y Grassmann, (1996), para evaluar el potencial turístico.

METODOLOGÍA

De acuerdo con Hernández, Fernández, & Baptista (2010) se determinó que esta investigación es de tipo cualitativa, con un enfoque descriptivo y exploratoria, donde el objeto de estudio es la ciudad de Empalme, el instrumento fue una encuesta aplicadas a una muestra de 100 personas, mediante el siguiente procedimiento expuesto por Zimmer y Grassmann, (1996):

1. Análisis de la demanda.

2. Análisis de la competencia.
3. Análisis de la oferta.
4. Situación del sector turístico.
5. Análisis de los puntos fuertes / débiles.
6. Análisis de las oportunidades / riesgos.
7. Análisis de las tendencias.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Empalme, es una comunidad que se ubica al sureste del estado de Sonora, con una población de 56,177 habitantes al 2015, a una distancia de 13 kilómetros de Guaymas, y a 119 kilómetros de

Ciudad Obregón, la ciudad cuenta con una extensión de 593.22 kilómetros cuadrados (INEGI, 2015), y en ella el turismo rural juega un papel importante, ya que sirve de nexo entre la zona urbana, sin embargo, tiene como principal competencia en el sector turístico a la ciudad de Guaymas y San Carlos, por lo que es necesario plantearse con una oferta con mayor autenticidad, ligada con la cultura de los antepasados, con sus raíces que le dan su principal fortaleza la comunidad.

En su demanda se puede exponer que está compuesta principalmente por un grupo potencialmente cautivo, el cual involucra a personal de Maquilas Tetakawi; que, a su vez, genera una oportunidad de fomentar las experiencias turísticas que los fines de semana, que es cuando estas personas tienen sus descansos, por lo que sería pertinente dirigir a esta población las acciones de promoción al sitio.

Dentro de la comunidad de Empalme, se encontró que la gente reconoce como oferta las actividades de senderismo, cabalgata, observación de cactáceas, fotografía rural y gastronomía.

Al exponer las oportunidades se observó la importancia el generar una disciplina turística que involucren a mujeres y personas de edad avanzada mediándolas en el aprovechamiento como mano de obra; además de evitar la migración del hombre en busca de oportunidad de empleo, involucrándolo en los beneficios que esta actividad derrama.

Además, como otras áreas de oportunidad se detectó potencial de fuentes de empleo para las zonas rurales, especialmente para aquellos que están económicamente subdesarrolladas, debido a la poca especialización que requiere el turismo rural, los residentes locales podrían desarrollar habilidades, para trabajar como meseros, empleados de venta al por menor, y trabajadores de la industria del hospedaje.

Aunado a lo anterior el turismo ofrece oportunidades de negocio para los residentes locales, que deseen iniciar un negocio, sin embargo, se encontró como amenaza el no tener un involucramiento de la comunidad en los planteamientos de desarrollo.

CONCLUSIONES Y RESULTADOS

Actualmente en la comunidad de Empalme hay poco desarrollo en la promoción y difusión de los productos turísticos; sin embargo el diagnóstico de actividades que se pueden realizar en esta localidad marca un gran potencial creando la oportunidad de promocionar el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, y además generar un efecto positivo en los ingresos económicos a raíz del involucramiento de los turistas en las costumbres y tradiciones, captando el estilo de vida del municipio; marcando tendencias de actividades incluyentes, es decir de los turistas que buscan el involucramiento con la esencia de la comunidad que visitan. Aprovechando la demanda de turismo norteamericano que desean aprovechar la ventaja de paridad peso contra dólar; además de mercados de la tercera edad

no atendidos, apoyando la difusión a través de las redes sociales que son una excelente estrategia para llegar al mercado a bajo costo.

Por último, de acuerdo con Crosby (2009) se puede decir que el turismo rural no surge como respuesta a una demanda al igual que el espacio litoral e incluso en los núcleos urbanos, si no que surge como una ayuda para atenuar la crisis propia del medio rural, el agrario, pecuario, el cual es de los más golpeados.

BIBLIOGRAFÍA

Cebrián, F. A. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla.

Crosby, A. (2009). *Reinventando el turismo rural*. Barcelona: Laerte.

Empalme, H. A. (febrero de 28 de 2018). *Plan de Desarrollo Municipal de Empalme 2016-2018*. Obtenido de http://empalme.gob.mx/w_doctos/PMD_Empalme_2016.pdf

González, M. E. (2011). Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México, Las grutas agro-culturales. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 129-145. Obtenido de www.entornoturistico.com: <http://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismorural-y-actividades-que-sepractican/>

Guerrero, A. (14 de abril de 2012). *¿Qué nos trae el turismo rural?* Obtenido de www.emprendices.co: <https://www.emprendices.co/que-nos-trae-el-turismo-rural/>

Hernández, R. S., Fernández, C. C., & Baptista, P. L. (2010). *Metodología de la investigación*. McGrawHill: México.

http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM26sonora/municipios/26025a.ht_ml

INEGI. (2015). Información por Entidad. Recuperado de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/son/poblacion/default.aspx?tema=me&e=26>

México, E. d. (28 de febrero de 2018). *Empalme*. Obtenido de www.inafed.gob.mx:

Valdez, D I., & Ochoa, B. S. (2015). *Turismo Rural*. Cd. Obregón: ITSON

Zimmer, P., & Grassmann, S. (1996). Observatorio Europeo Leader. Leader II: Evaluar el potencial turístico de un territorio: Recuperado de ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rurales/biblio/touris/metho.pdf

DIAGNÓSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE EQUINOTERAPIA COMO PROYECTO EMPRENDEDOR EN EL EJIDO SAN JOSÉ DE GUAYMAS

Francisco León Gómez Reyna³⁶ Mtra. Ana Guadalupe Hernández Cerón³⁷

Palabras Clave: Equinoterapia, Comunidad Rural, Emprendimiento.

Introducción

Antecedentes: El turismo rural requiere de una nueva visión, nuevas estrategias y de instrumentos de gestión del conocimiento, para poder asegurar el éxito de sus protagonistas y las comunidades receptoras, donde se contribuya a los objetivos de desarrollo con equilibrio social y ambiental (Crosby, 2009).

Las variantes turísticas y la infraestructura han convertido al turismo rural en actividad clave para los espacios rurales, al permitir alternativas frente a los procesos estructurales de crisis que les afectan, definidas por interacciones con el desarrollo local, aunado a esto, las nuevas tendencias favorecen la actividad turística al aumentar los practicantes de actividades deportivas y recreativas en medios de calidad ambiental (Cebrián, 2008).

Sin embargo como complemento a estas actividades se requiere del emprendimiento en las comunidades rurales como una manera de diversificar la actividad económica en estas comunidades y que ayuden a promover el destino como producto turístico; entendiendo como emprendimiento al hecho de estar listo para la tomar decisiones e iniciar algo (Rodríguez, 2009), es decir, el emprendimiento se da cuando una persona inicia un proyecto de inversión, o cuando una persona se aventura en una nueva actividad de negocios (Alcazar, 2011).

En la presente investigación se abordará la equinoterapia como proyecto emprendedor en la localidad de San José de Guaymas; la equinoterapia ha sido un procedimiento empleado a lo largo de la historia de la medicina en el tratamiento de diversas enfermedades. Sin embargo, fue a partir de 1990 que se incrementó su empleo en el tratamiento de la discapacidad infantil; al existir evidencia científica documentada en cuanto al beneficio de los tratamientos en la discapacidad infantil, mejorando los aspectos motores, emocionales, cognoscitivos y de socialización (Pérez, Rodríguez, & Rodríguez, 2008).

Además, Falke (2009) menciona que la equinoterapia utiliza los parámetros neurofisiológicos, biomecánicos y psico-evolutivos del paciente, incluso, menciona como antecedentes el hecho de que Hipócrates en su libro “Las dietas” indicaba la equitación para regenerar la salud y preservar el cuerpo humano de muchas dolencias, además, personalidades de la medicina, la ciencia, la filosofía y la antropología en sus trabajos científicos mencionan al caballo como co-terapeuta.

³⁶ 110126g26@gmail.com

³⁷ ana.hernandez@itson.edu.mx

Así mismo, Beltrán (2018) indica que la equinoterapia utiliza los movimientos y el calor corporal del caballo para el tratamiento al paciente mediante un entorno natural para mejorar el tratamiento, los ejercicios del paciente montando al caballo son importantes para el tratamiento, dependiendo el padecimiento existen ejercicios específicos.

Planteamiento del problema. En la localidad San José de Guaymas existe una población de 1088 habitantes (INEGI, 2010), la cual puede aprovechar los beneficios de la equinoterapia, como proyecto emprendedor en el ejido San José de Guaymas, mediante el aprovechamiento de los recursos naturales y como actividad complementaria a las cotidianas que la comunidad rural realiza. Además, la equinoterapia es una forma alternativa para tratar a las personas que padecen enfermedades tales como esclerosis, síndrome down, entre otras enfermedades, ayudando en su calidad de vida, o simplemente como medio para relajarse. De acuerdo con lo anterior, se tiene como planteamiento del problema ¿Cuáles son los elementos que favorecen el desarrollo de equino terapia en la comunidad de San José de Guaymas?

Objetivo: Evaluar el potencial para desarrollar equino terapia en el ejido San José de Guaymas, mediante un diagnóstico, para apoyar el emprendimiento.

Justificación: El turismo es un importante sector económico que asienta su desarrollo directamente sobre el territorio y el uso de sus recursos naturales. Las distintas fases de consumo de un producto turístico guardan relación directa con el medio ambiente, las actividades que se realizan y el desplazamiento de los turistas (Cebrián, 2008).

Con base en lo anterior, se puede decir que la localidad de San José de Guaymas requiere de la diversificación de la actividad económica para incentivar el desarrollo del sitio y darse a conocer como producto turístico, por lo tanto, se considera como opción para ello un centro de equinoterapia, ya que por medio de este se pueden aprovechar los recursos con los que se cuentan en la comunidad.

Se considera importante la realización de este estudio para que la población de San José conozca esta oportunidad de negocio y a la vez aprender de los beneficios que este tipo de terapias tienen en el mejoramiento de los trastornos y enfermedades que la gente sufre para mejorar su calidad de vida, al mismo tiempo de que representa una oportunidad para el aprovechamiento de los recursos con los que cuentan.

Los beneficiados con esta investigación son las personas de la comunidad de San José de Guaymas debido a que su principal fuente de ingresos es la ganadería, la equinoterapia traería mejora de la imagen de la localidad y brindaría trabajo para las personas de la comunidad, además de mejorar su calidad de vida de quienes hagan uso de este tipo de terapias. Además, hoy en día no existe en Guaymas un centro que este tipo de terapia y habitan muchas personas con enfermedades como síndrome de Down, autismo, esclerosis, entre otras.

Metodología: Esta investigación es de tipo mixta, teniendo como objeto de estudio al Ejido San José de Guaymas y como sujetos a los propietarios de ranchos que cuentan con los espacios y elementos necesarios para la realización de esta actividad; el procedimiento consiste en la elaboración de un diagnóstico a la localidad para conocer la infraestructura y accesibilidad con la que cuenta para implementar el proyecto de equinoterapia, los instrumentos que se aplicaron son ficha de recopilación de datos para la información del

inventario de recursos turísticos, además de una entrevista a ejidatarios interesados en el proyecto.

Resultados y discusión: Como principales hallazgos de esta investigación se tiene que existen dos ranchos dentro de la localidad que cuentan con los espacios necesarios y caballos dóciles para la impartición de este tipo de terapias, así mismo, se considera que este tipo de proyectos servirán para incentivar la actividad económica de la comunidad a la vez que se daría a conocer el sitio, ya que como se sabe, independientemente del motivo por el cual las personas se desplacen al sitio, siempre tendrán necesidades fisiológicas y de recreación que satisfacer, lo cual representa una oportunidad de negocio para los demás pobladores de la localidad, no solo los propietarios de ranchos.

La localidad de San José de Guaymas se localiza en el municipio de Guaymas, su clima es seco muy cálido, con una temperatura promedio anual de 19° C, una máxima de 31° C los meses de julio y agosto y una mínima de 18° C los meses de enero y febrero.

Actualmente se tiene como principal actividad económica en la localidad a la agricultura y la ganadería. La ganadería como actividad económica tiene como objetivo la producción de animales, generalmente domésticos, para obtener carne y derivados, como la leche, entre otros. Está íntimamente relacionada con la agricultura, a través de la producción de pastos, granos y forrajes para la alimentación adecuada de los animales; todo esto representa la oportunidad del aprovechamiento de los recursos como los que ya se cuenta en la comunidad para la realización de un proyecto de equinoterapia.

De acuerdo a datos emitidos por el DIF Sonora, en el estado hay más de 2,300 niños con síndrome Down, sin embargo, en dicho registro no se contabiliza a los jóvenes, adultos o adultos mayores que tiene esa condición de vida (Solís, 2017), por lo cual se considera necesario un centro que brinde terapia alternativa a las personas que viven con algunos de los padecimientos antes mencionados en el municipio de Guaymas.

La equinoterapia se basa en la monta del caballo como elemento terapéutico para mejorar los aspectos físicos, psicológicos educativos y sociales. El hecho de montar a caballo rompe con el aislamiento que tenga la persona respecto al mundo, disminuye la tensión e inhibiciones y crea lazos de confianza con el animal, proporcionando beneficios físicos, como son, mejora el equilibrio, regula el tono muscular e incrementa la coordinación psicomotriz, en el aspecto psíquico, mejora la autoestima y la confianza brindándole una mayor seguridad en sí mismos.

En el ámbito educativo mejora la capacidad de atención y concentración mientras que, en el aspecto social, se desarrolla respeto, responsabilidad y constancia, es decir, la equinoterapia se utiliza en el tratamiento de diferentes afecciones físicas y mentales como son esclerosis múltiple, parálisis cerebral, hemiplejía, deficiencias sensoriales, síndrome Down, autismo, alzhéimer, depresiones, hiperactividad, anorexia y bulimia (Cantón, 2014).

Sería una buena opción la creación de un centro de Equinoterapia en el ejido San José de Guaymas, que a su vez brinde trabajo a las personas que viven en ese sector, brindándoles una capacitación por parte de DIF para que estén acreditados como terapeutas, de esta manera se estaría ayudado tanto a las personas con su tratamiento como a los pobladores del sector brindando trabajos.

La capacitación para brindar equinoterapia consta de tres módulos que tienen por objetivo proporcionar los conocimientos y herramientas indispensables, a los profesionales interesados en el manejo de la rehabilitación ecuestre, así como la aplicación de técnicas que apoyen el desarrollo motriz y neuromotor que permita al paciente integrarlo a su entorno habitual por medio de una alternativa de tratamiento efectiva para dar un margen más amplio de rehabilitación y así complementar las terapias psicológicas, físicas y pedagógicas, brindando un mejor beneficio y pronta evolución motriz significativa en el paciente.

Conclusiones y recomendaciones: La vocación del emprendedor es un requisito fundamental, tanto como ser consciente de las propias capacidades y debilidades para afrontar el desafío, un emprendedor debe tener los pies sobre la tierra, debe ser optimista y realista para lograr que los que trabajan con él se sientan con el derecho y la obligación de ser también emprendedores, esto ayudará a impulsar la actividad económica de la localidad de San José de Guaymas a través de una noble actividad que es apoyar a mejorar las condiciones de vida de las personas con padecimientos como esclerosis múltiple, parálisis cerebral, hemiplejía, deficiencias sensoriales, síndrome Down, autismo, Alzheimer, depresiones, hiperactividad, anorexia y bulimia. Sin embargo, para lograr lo anterior es necesaria la organización de la comunidad y la capacitación para brindar un servicio eficiente de atención y seguimiento por medio de la equinoterapia.

Referencias Bibliográficas

- Alcazar, R. R. (2011). *El emprendedor de éxito*, 1-30.
- Cantón, J. C. (2014). *Atención y apoyo psicosocial*. España: Editex.
- Cebrián, F. A. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla.
- Crosby, A. (2009). *Reinventando el turismo rural*. Barcelona: Laerte.
- Falke, G. (2009). Equinoterapia. enfoque clínico, psicológico y social. *Revista de la asociación médica Argentina*, 16-19.
- INEGI. (2010). *San Jose de Guaymas*. Obtenido de Pueblos de América : <https://mexico.pueblosamerica.com/i/san-jose-de-guaymas/>
- Pérez, L. Á., Rodríguez, J. M., & Rodríguez, N. C. (2008). La equinoterapia en el tratamiento de la discapacidad infantil. *Archivo médico de Camagüey*, 1-8.
- Rodríguez, A. R. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 1-26.
- Solís, M. Z. (8 de Junio de 2017). *Urge un registro de personas con Síndrome Down en Sonora*. Obtenido de www.proyectopuente.com.mx: <https://proyectopuente.com.mx/2017/06/08/urge-registro-personas-sindrome-down-ensonora/>

TURISMO, CULTURA Y TRADICIÓN, UNA MIRADA DESDE EL PUEBLO TÉNEK DE TAMALETOM

Italia González Arvizu³⁸ Itzurany Prado Robledo³⁹ Miriam Jocelyn Martínez Pardo⁴⁰

Palabras claves: Turismo rural, cultura, Tének, tradición.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación recupera la discusión sobre los impactos generados por la actividad turística, se centra en torno a la cultura tének, ubicada en la comunidad de Tamaletom perteneciente al municipio de Tancanhuitz de Santos S.L.P.

El turismo considerado como fenómeno social y cultural, es visto como esparcimiento, entretenimiento y ocio, genera un bienestar para el turista y ganancias para quienes le proveen bienes y servicios. Por tanto, en el turismo se observa como un conjunto de interacciones entre los diversos grupos sociales; por consiguiente, se asocia como fenómeno social de intercomunicación entre dos sujetos, un receptor y el que hace uso de la actividad generada por el receptor (Boullón, 2008). Este fenómeno genera mayores oportunidades de empleo en las comunidades receptoras, pero de igual manera crea nuevas necesidades para los habitantes del lugar turístico.

De esta manera, se presentan los avances observados a partir de los impactos socio-culturales que el turismo rural en comunidades campesinas e indígenas ha generado al interior de la comunidad de Tamaletom.

MARCO TEÓRICO

Los Tének son agricultores desde la época prehispánica; actualmente en Tamaletom persisten actividades como el arte textil en algodón y sus vestidos tradicionales; conservan importantes conocimientos y prácticas ancestrales relacionadas con su quehacer agrario que refleja la complejidad de su cultura y el simbolismo cosmogónico que se observa en sus actividades sociales y religiosas.

De acuerdo con Gallardo (2004), los Tének tenían en la época prehispánica entre sus deidades principales a Quetzalcóatl y Tlazoltéotl; también se rendía culto al sol, a Xipetotec, Tláloc y a Xólotl. Actualmente los Tének continúan usando la música y la danza como elementos importantes en sus rituales que como en el pasado les permite seguir en comunicación con los dioses. En el contexto actual y pese al sincretismo religioso, los Tének de la comunidad rural Tamaletom aún conservan rasgos importantes de su herencia prehispánica que rige sus formas de vida y su relación con el universo material y espiritual.

³⁸ Alumna de Licenciatura en Turismo, del Tecnológico Nacional de México, Campus San Luis Potosí, correo: italia.arvz@hotmail.com

³⁹ Alumna de Licenciatura en Turismo, del Tecnológico Nacional de México, Campus San Luis Potosí, correo:itzuranyprado@gmail.com

⁴⁰ Alumna de Licenciatura en Turismo, del Tecnológico Nacional de México, Campus San Luis Potosí, correo: miriammtzpardo@hotmail.com

Justificación

Se busca colocar en la discusión los cambios que han sufrido estos pueblos indígenas a partir de los impactos exógenos contemporáneos, principalmente sustentados en la globalización; el turismo como actividad económica que promueve el desarrollo, para reducir la brecha de la marginación y la pobreza, también promueve cambios socioculturales que es preciso observar y contextualizar, con lo cual se coloca la discusión sobre la articulación de lo local con lo global, para sugerir un desarrollo sostenible.

Objetivo

Analizar los impactos socio-culturales que se observan dentro de esta comunidad indígena, a partir de la interacción que ha generado el turismo como factor exógeno.

METODOLOGÍA

La presente investigación se concibe como exploratoria, utilizando diferentes herramientas de recolección de datos, como: diálogos con informantes claves, entrevistas semiestructuradas, observación participante, y recuperación de información en archivos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se observó que en el centro ceremonial en donde los voladores de Tamaletom hacen su ritual espiritual, los elementos que integran el ritual han reducido su valor simbólico ya que anteriormente se realizaba solo cuando era temporada de siembra y en la actualidad cada fin de semana se lleva a cabo por la llegada de turistas.

Según lo recuperado en las entrevistas, se observó que se sigue haciendo el vuelo con devoción y preparación de aproximadamente un año y se está transmitiendo de generación en generación, de igual forma se documentó que no cualquier persona puede realizar esta ceremonia.

En cuanto a su lengua de origen, vemos que en la tercera sección las nuevas generaciones ya no se preocupan por aprender “tének” ya que en las escuelas y la comunidad se habla mayormente el castellano, en la segunda sección solo algunos adultos y menores quienes combinan el habla tének y castellano. Con la llegada del turismo, la utilización del castellano como lengua ha influido en las nuevas generaciones para utilizarlo como lengua principal, poniendo en riesgo el continuar hablando con su lengua materna, lo que deja en una seria vulnerabilidad la posibilidad de continuar preservando sus raíces.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El impacto del turismo que se ve reflejado en dos sentidos: el primero es sobre el ritual (vuelo) que se realiza en el centro ceremonial “MaamTs`itsinInik”, ya que, se va diluyendo el sentido del vuelo, sustentado en la ofrenda para mejorar la temporada de siembra, en la actualidad se realiza una o dos veces por semana, como un atractivo turístico. El segundo impacto es sobre la dilución del habla de la lengua tének y con ello la carga cultural que esto representa para las comunidades de las tres secciones de Tamaletom.

Algunos turistas no son documentados del valor simbólico de sus tradiciones y como consecuencia no valoran su tradición.

Por tanto, recomendamos que es conveniente que antes de empezar el ritual un narrador de la comunidad comparta el valor del vuelo, pudiendo hacerlo tanto en tének como en castellano, resaltando así la importancia de los tének y guiando un recorrido al museo de la comunidad, para que el turista pueda apreciar la cultura representada en sus rituales, artesanías y habla.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila-Urbe, M., Suárez-Soto, M. L., & Díaz-Perea, J. (1994). Tének Campesinos in a rural community at the Huasteca Potosina complement their basic diet with local plants. *Botanical Sciences*, (54), 3-15.
- Boullón, R., & Boullón, D. (2008). Turismo rural. *México, DF: Trillas*.
- Gallardo Arias, P. (2004). *Huastecos de San Luis Potosí*. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Geilfus, F. (2002). *80 herramientas para el desarrollo participativo*. IICA.
- González, G. G., Calderón, E. X. G., & Calderón, Y. G. G. (2008). Perspectivas de los agronegocios en el desarrollo indígena: caso Querétaro. *Ra Ximhai: revista científica de sociedad, cultura y desarrollo sostenible*, 4(3), 607-624.
- Korstanje, F. (2009). Planeación participativa: herramientas para el desarrollo local en comunidades rurales. *Estudios Agrarios*, 41, 9-37.
- Peralta-Rivero, C., Galindo-Mendoza, M. G., Contreras-Servín, C., Algara-Siller, M., & MasCaussel, J. F. (2016). Percepción local respecto a la valoración ambiental y pérdida de los recursos forestales en la región Huasteca de San Luis Potosí, México. *Madera y bosques*, 22(1), 71-93.
- Pérez, D. C. Q., Herrera, J. C., Escalante, L. N., & del Valle, J. M. Z. (2017). Maíz: Sustento de vida en la cultura Teenek. Comunidad Tamaletom, Tancanhuitz, SLP México. *Revista de Geografía Agrícola*, (58), 5-19.
- Rocha Valverde, C. (2013). Las herederas contemporáneas de la Madre Tierra: Ser mujer indígena teenek, disyuntivas y desafíos de las tradiciones femeninas en la Huasteca potosina. *Revista de El Colegio de San Luis*, 3(5), 146-162.

INVESTIGACIÓN APLICADA AL TURISMO RURAL. CASO EJIDO EL ÁGUILA, CHIAPAS, A TRAVÉS DE PROYECTOS INTEGRADORES

Dra. Norma Patricia Juan Vázquez⁴¹; Dra. Mónica Juárez Ibarias⁴²; Dr. Romeo Alvarado López⁴³.

Palabras Claves: Turismo, Educación, Cultura, Sustentabilidad.

INTRODUCCIÓN

El Ejido el Águila fue fundado en 1933, por 120 ejidatarios, se le dotaron de 700 a 800 hectáreas de terrenos y una parcela escolar que le quitaron a los finqueros alemanes y pasaron a ser parte de los ejidatarios. Su principal actividad productiva es el cultivo de café y otros cultivos de traspatio para complementar su alimentación como el chayote, hierba mora, epazote entre otros.

No se generan empleos solamente en el periodo de la cosecha de café, por lo regular los jóvenes migran a otras comunidades o las ciudades más cercanas como; Cacahoatan, Tuxtla Chico, Tapachula en busca de trabajo o para estudiar y no regresan en su mayoría. La comunidad tiene una gran cantidad de atractivos turísticos como ríos, pozas, fauna y flora endémica, así como un clima agradable entre 22° a 18° grados de temperatura por lo que es atractivo visitarlo, se puede realizar una gran cantidad de actividades turísticas como caminata, senderismo, observación de aves y flores, gastronomía entre otros. (INEGI,2015) **Planteamiento del Problema:**

Su principal problemática radica que los pobladores por iniciativa del gobierno del Estado y por medio de la Secretaria de Turismo, establecieron un hotel y un restaurante han funcionado de manera parcial, principalmente por no tener la capacitación adecuada y existe contaminación por basura en recorridos turísticos.

Justificación:

El ejido al estar ubicado en la reserva de la biosfera del Tacana, ha sido objeto de apoyos para la preservación de sus áreas naturales por parte de CONANP (Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas).

Las instancias gubernamentales y estatales han impulsado que el Ejido desarrolle actividades turísticas sustentables para apoyo de la economía familiar; por lo anterior se formó una Sociedad Cooperativa para la formación y funcionamiento de un Restaurante llamado “Pak Al Six A”, que incluye cabañas para hospedar a los turistas.

⁴¹ Facultad de Ciencias de la Administración. UNACH.normajuan_06@hotmail.com

⁴² Facultad de Ciencias de la Administración. UNACH. monicajuarezunach@gmail.com

⁴³ Facultad de Ciencias de la Administración. UNACH. alvarado-unach@hotmail.com

El ejido la ha desarrollado de manera incipiente derivado de la poca actividad turística ya que se carece de un plan estructurado, tampoco se ha involucrado a toda la comunidad y esta presenta desorganización y alta contaminación ambiental principalmente de basura en la comunidad y los ríos, cascadas y lagunas que posee.

Por lo cual se busca implementar actividades para la conservación del medio ambiente a un mediano plazo y aprovechando su entorno natural el desarrollo de actividades eco turísticas para la creación de empleos directos e indirectos en la comunidad.

La intervención del estudiante de turismo estará a partir del desarrollo de proyectos integradores que la Universidad Autónoma de Chiapas está desarrollando, con base a su Modelo Educativo en competencias.

El Nuevo Modelo Educativo que responde a la construcción organizada y estructurada del currículo, considerando las directrices económicas, sociales, políticas y tendencias educativas del contexto local y global, de ahí que un equipo de docentes desde el 2010, se dieron a la tarea de esta renovación metodológica de la enseñanza universitaria. Adoptando el enfoque de competencias profesionales integrales (Roegiers, 2007).

Dentro de este se encuentra el área Área de formación integradora; la cual coadyuva a la consolidación de las competencias profesionales; a través de unidades de competencia que le permitan al estudiante movilizar los conocimientos, habilidades, actitudes y valores; a través de la resolución de situaciones-problema. (UNACH, 2006)

El **objetivo** es buscar la preservación y cuidado de los recursos naturales y el medio ambiente, a través de una intervención concreta en la empresa turística por parte del estudiante en donde aplicará sus conocimientos y técnicas que le permitan desarrollar sus competencias genéricas, disciplinares y profesionales.

METODOLOGÍA

Se seleccionó a la Comunidad del Ejido el Águila, se trabajó con 20 alumnos de la LGT del 7° y 8° semestre y 10 alumnos de la licenciatura en Pedagogía de la UNACH y 4 docentes además pobladores de la comunidad.

Figura 01. Metodología de Intervención.



Fuente: elaboración propia de los autores

Tipo de investigación: Mixta, enfoques (cualitativo y cuantitativo), se recolectaron los datos a través de las técnicas de observación, entrevistas y cuestionario.

RESULTADOS:

Los resultados que a continuación presentaremos son el trabajo de dos periodos de enero a diciembre del 2016, en donde se trabajó de manera conjunta con pobladores, estudiantes, autoridades del ejido y algunas instituciones como CONANP. Entre los más destacados fueron los siguientes:

- Misión y Visión de la Comunidad
- Inventario de Recursos Naturales
- Programa de Educación ambiental y formación del Comité Ambiental.
- Elaboración de paquetes turísticos.

CONCLUSIONES Y PROPUESTA

En conclusión, podemos afirmar que la realización de esta investigación en el Ejido el Águila, se alcanzaron los resultados esperados y se tuvieron avances en dos importantes aspectos:

- Por la parte de aprendizaje los estudiantes realizaron una intervención directa a los aspectos administrativos en el Ejido. En donde aplicaron un conocimiento de administración y planeación estrategias en las empresas turísticas ahí establecidas. Utilizando en su empresa

la misión y visión, valores, objetivos, videos de los recursos naturales, señalética y lona de ubicación de atractivos naturales.

- Por la parte ambiental: se organizó a la comunidad y se creó el comité de educación ambiental con pobladores del Ejido.
- ✓ Se implementó un espacio para recolección de PET.
- ✓ Se realizaron talleres de educación ambiental se elaboraron recipientes de basura y macetas elaborada de material reciclable.
- ✓ Se elaboraron paquetes turísticos y se están vendiendo actualmente.

BIBLIOGRAFÍA: sólo se hacen dos referencias, derivado que fue una investigación aplicada y su enfoque es narrativo a partir de los resultados obtenidos.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). <https://es.m.wikipedia.org/wiki>.

Roegiers, X. (2007). Pedagogía de la integración. Competencias e integración de los conocimientos en la enseñanza. Costa Rica: Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana.

UNACH, (2006). Proyecto Académico 2006-2010. *Modelo Educativo de la Universidad Autónoma de Chiapas*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: UNACH.

GESTIÓN COMUNITARIA PARA EL TURISMO RURAL, ATEXOXOCUAPA, ZONGOLICA, VERACRUZ

*Uriel Alejandro Morales-Carrera⁴⁴, Rogelio Limón-Rivera⁴⁵, Juan Cristóbal
Hernández-Arzaba⁴⁶*

Palabras Clave: Intervención comunitaria, producto turístico, oferta.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica que permite generar ingresos para los habitantes de una localidad, región o zona. En México, la Secretaría de Turismo posee un Atlas Turístico, el cual, sirve como herramienta en línea para la promoción, planeación, creación y fomento de cadenas productivas y redes de valor en torno a los desarrollos turísticos, el turismo rural forma parte del catálogo de productos turísticos, ofertándose destinos de turismo rural en 11 estados de la república, sin incluir a Veracruz.

Para Valdez (1996) el turismo rural es una actividad que se desarrolla en localidades rurales, como una forma de huir del urbanismo; su propósito es la búsqueda de atractivos asociados a la cultura tradicional, descanso y paisajismo.

El turismo rural surge como una actividad económica complementaria a la agricultura, lo que permite a los productores, diversificar y ampliar su fuente de ingresos y, por lo tanto, disminuir su dependencia de los monocultivos. (Garduño Mendoza, Guzmán Hernández, & Zizumbo Villareal, 2009).

El objetivo del trabajo es implementar un modelo de gestión de turismo rural para que las comunidades rurales desarrollen actividades turísticas y se vean reflejadas en beneficios para estas. La metodología propuesta se basa en el modelo de gestión del turismo rural comunitario propuesto por Codespa (2011).

Se realizó un diagnóstico del sistema turístico en la comunidad de Atexoxocuapa, Zongolica, Veracruz, tomando como propuesta el trabajo realizado por Peña 2010 (Peña, Hermosilla, Escalona, Rebolledo, & Gutiérrez, 2010); mientras que, para la intervención comunitaria, se siguieron las técnicas propuestas por Mori (2008).

METODOLOGÍA

Enfoque

El trabajo tiene un enfoque mixto, se utilizaron técnicas cualitativas para la recolección de datos en la etapa del diagnóstico y técnicas cuantitativas para el análisis estadístico.

Así mismo, la investigación es de tipo descriptiva y exploratoria. Es descriptiva, debido a que el objeto de esta investigación es registrar y por tanto describir los recursos turísticos con lo

⁴⁴ M.A.N. Uriel Alejandro Morales Carrera, Docente del Instituto Tecnológico Superior de Zongolica

⁴⁵ M.A.E. Rogelio Limón Rivera, Docente del Instituto Tecnológico Superior de Zongolica

⁴⁶ Dr. Juan Cristóbal Hernández Arzaba, Docente del Instituto Tecnológico Superior de Zongolica

que se cuenta (Sampieri, 2006). Es exploratoria ya que se cuenta con escasa información de los recursos turísticos con los que cuenta la región.

La ejecución del trabajo consiste en la aplicación del modelo de gestión de turismo rural, haciendo uso de propuestas metodológicas para intervención comunitaria, además del desarrollo de iniciativas de turismo rural.

Colecta de información

Para la colecta de información se aplicaron las fases de intervención comunitaria, las cuales se presentan en el cuadro 1.

Cuadro 1. Fases de la intervención comunitaria.

Fases	Técnica de recolección
Diagnóstico de la comunidad	Construcción de instrumento, mapeo, aplicación de entrevista, sensibilización y taller participativo.
Caracterización del grupo	Análisis de contenido.
Evaluación de las necesidades del grupo	Árbol de problemas.

Fuente: elaboración propia con base en Mori (2008).

Análisis de la información

Una vez recolectada la información y caracterizada la comunidad se comenzó con el primer componente del modelo de gestión del turismo rural (España, 2016). Este modelo consiste en la determinación del producto turístico, capacitación para el servicio turístico, adecuación de espacios e infraestructura y la sensibilización y organización de comunidades.

Para la determinación del producto turístico se realizó un análisis de la oferta el cual consiste en identificar los recursos naturales, actividades productivas, manifestaciones culturales y gastronomía. Estos datos fueron extraídos del recorrido en campo y la aplicación de entrevistas. A su vez, también se identificaron cuáles son los servicios que ofertan por medio de un taller participativo y con ello se definió cuáles eran los talleres para impartir.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como primera fase se realiza una recolección de datos, realizando una descripción del lugar mediante fuentes primarias, secundarias, en la Figura 1 se presenta el mapa de Zongolica y el mapa de Atexoxocuapa.

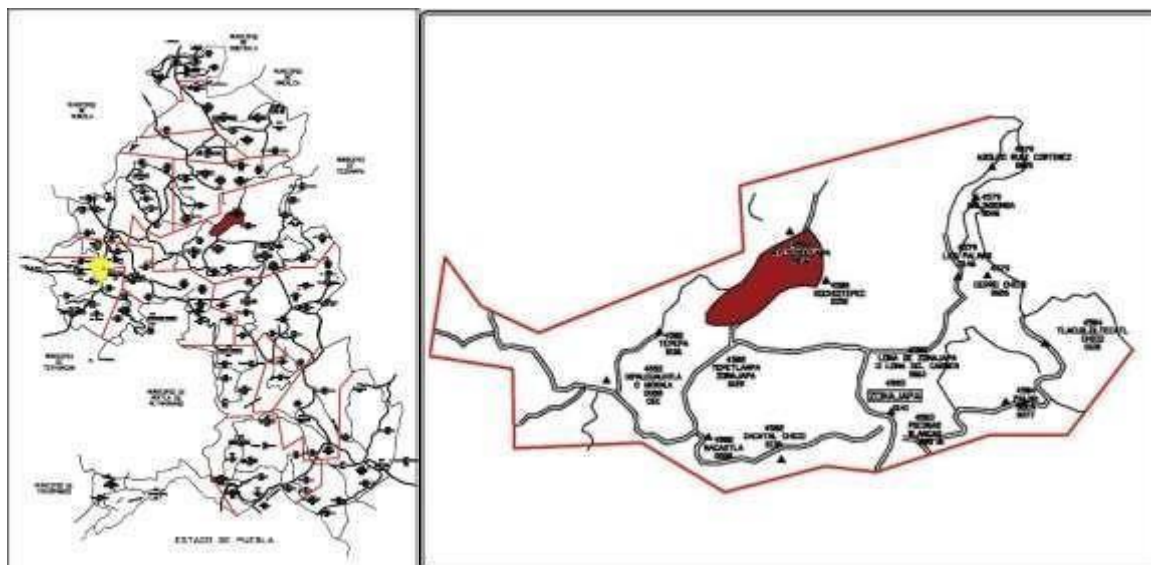


Figura 1. Mapa Zongolica y comunidad de Atexoxocuapa **Determinación del producto turístico.**

En la comunidad existen diferentes recursos o atractivos turísticos, en los que se encuentran recursos naturales, actividades productivas, gastronomía y manifestaciones culturales los cuales se muestran en el cuadro 2.

Cuadro 2. Recursos turísticos comunidad de Atexoxocuapa

Atractivo turístico	Descripción	Fotografías
Recursos naturales	La cascada del Jaguar, es un recurso hídrico.	

Actividades
productivas

Los productos
agrícolas son café,
maíz y quelites.



Gastronomía

Los platillos en su
mayoría realizados
con xoxoco, maíz, y
plantas región.



Utilizan trajes regionales, y realizan actos ceremoniales

Manifestaciones tradicionales culturales como son Xochitlalis y Fiestas patronales.



Talleres de capacitación y sensibilización.

Los servicios que se identificaron en la comunidad son: transporte rural, Renta de caballos, alojamiento en casa rural y guías, a los cuales se les clasificó en categorías, a los cuales se les impartió de manera general el curso taller de servicio al cliente, en el cual se trabajaron temas de relación con el cliente, comunicación con el cliente, habitaciones, servicios, seguridad y despedida del cliente.

En la figura 2 se muestra a la comunidad participando en los talleres participativos, y capacitación.



Figura 1. Talleres participativos, y capacitación (2016).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En conclusión, para el éxito de proyectos de turismo rural, es necesaria la participación comunitaria, para la creación de estructuras organizativas que permitan desarrollar actividades de capacitación y así desarrollar un producto turístico sostenible. Para desarrollar los otros componentes del modelo de gestión es necesaria la intervención de otras autoridades que permitan consolidar proyectos de inversión y estos puedan mejorar la infraestructura básica para la actividad turística.

Así mismo el turismo es una actividad que trae consigo impactos positivos como ingreso económico, pero también negativos derivados de la explotación de los recursos naturales, es

por eso que se sugiere la creación de equipos multidisciplinarios que permitan crear programas de capacitación para mitigar el impacto en el medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- CODESPA, F. (2011). *Modelo de Gestión del Turismo Rural Comunitario*. Pero: Asociación Gráfica Educativa.
- España, M.-H. I. (2016). <https://www.mhe.es>. Obtenido de https://www.mhe.es/universidad/economia/8448148878/archivos/general_colaboracion3.pdf
- Garduño Mendoza, M., Guzmán Hernández, C., & Zizumbo Villareal, L. (2009). Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. *El periplo sustentable*, 5-30.
- Mori, M. (2008). Una propuesta metodológica para intervención comunitaria. *Universidad de San Martín de Porres*, 81-90.
- Peña, F., Hermosilla, K., Escalona, M., Rebolledo, G., & Gutiérrez, M. (2010). Diagnóstico del sistema turístico en la cuenca del Lago Ranco. *Lider*, 159-171.
- Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Valdés, L. (1996). *El turismo Rural en España*. Madrid: Civitas.

PROPUESTA DE PROGRAMA DE TURISMO RURAL CON APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING, EN COMUNIDADES DE ZACATECAS

Dra. Neditth Mariana Ruiz Ambriz⁴⁷, Dra. Lina Rocío Martínez Aguilar⁴⁸

Palabras Claves: Mercadotecnia, Neuromarketing, Turismo Rural.

INTRODUCCIÓN

Los recuerdos más vívidos y profundos están fuertemente ligados a las emociones y en la industria del turismo, los viajes y la hospitalidad tienen la habilidad de crear recuerdos que pueden durar toda una vida. El neuromarketing se presenta como una herramienta para ayudar a entender las razones y emociones por las que se guía un turista y su elección final hacia un determinado servicio.

En el presente trabajo, se pretende aplicar el Neuromarketing en el contexto del Turismo Rural, a través de la multisensorialidad, creando ambientes que fomenten emociones positivas, utilizando la creatividad, innovación e iniciativas para satisfacer las necesidades del turista, a través de una propuesta de un programa de actividades en un entorno rural, en las comunidades de San Miguel El Alto, en el municipio de Apozol, al sur del estado de Zacatecas, ya que cuenta con un Centro Termalístico, y además a 15 km de ahí, la comunidad de la Mezquitera, en donde se encuentra una mezcalera llamada “El Piñón Gigante de Juchipila,” en donde se elabora Mezcal con la destilación de mieles extraídas de las piñas del Agave Azul Weber, cocidas, molidas, fermentadas y con doble destilación, absoluta limpieza y con procesos totalmente estandarizados. Se pretende que dichas comunidades, el turista pueda disfrutar de su estancia, realizando actividades propias de la región, viviendo una experiencia única e inigualable y apoyados con el neuromarketing se comprenderán las razones y las emociones por las que se guía un turista, acercándolo aún más a dicho contexto rural.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En las comunidades del sur del Estado de Zacatecas, se encuentra un Centro Termalístico, el cuál es uno de los pocos que existen en la región y pertenece a una Institución del Estado en apoyo a los trabajadores de Gobierno, otorgando facilidades como descuentos y ventajas en los servicios, pero está abierto al público en general. Actualmente el Centro Termalístico es muy limitado en cuanto a la posibilidad de poder realizar otro tipo de actividades ya que no existe una diversificación del producto, y sólo se oferta actividades como nadar en aguas termales y asolearse; en este caso el Neuromarketing aplicado a las actividades rurales es una propuesta para ayudar al turista a vivir y disfrutar la región de manera integral, generar un descanso activo (Dumazedier, 1964) a partir de diversas actividades rurales dentro del Centro Termalístico y en la comunidad de la Mezquitera, en la Mezcalera, se pondrán las instalaciones

⁴⁷ Dra. Neditth Mariana Ruiz Ambriz, docente investigador de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Zacatecas, Unidad Académica de Historia, Licenciatura en Turismo. nemara13@hotmail.com

⁴⁸ Dra. Lina Rocío Martínez Aguilar, Docente investigador de la Universidad Autónoma de Zacatecas, Unidad Académica de Historia, Licenciatura en Turismo. alinmtz0204@hotmail.com

e infraestructura a disposición y así ocupar el tiempo libre del visitante de manera productiva. Si las emociones del turista son comprendidas y se conoce qué las influencias, será posible maximizar la experiencia del turista.

Objetivo de la investigación

Dar a conocer la importancia del Neuromarketing en el Turismo Rural, implementando una propuesta de un programa de actividades en el Centro Termalístico y en la Mezcalera de la región, para ampliar la oferta de servicios y actividades dentro del mismo, para así ser un establecimiento con una gama de actividades rurales y de recreación para enriquecer la experiencia de los visitantes, además de elevar la interacción entre todas las personas involucradas, el turista, la comunidad, su entorno, sus costumbres y formas de vida (De la Riva, 1994); generando una experiencia única e irrepetible del turista en el destino.

CONTEXTUALIZACIÓN

El Neuromarketing, consiste en la aplicación de técnicas pertenecientes a las neurociencias, en el ámbito de la mercadotecnia y que analiza los niveles de emoción, atención y memoria según los estímulos percibidos de forma consciente o subconsciente, con el objetivo de tener datos más precisos acerca de la reacción de los consumidores y mejorar la gestión de recursos destinados a mercadotecnia y ventas de la empresa; así como a la mejora de los propios productos, sus características, manipulación, aceptación, reacción del consumidor, etc. Por medio de la recopilación de las reacciones a estos estímulos, el Neuromarketing es capaz de señalar cómo mejorar un servicio y cómo son los procesos de decisión del consumidor. Es una Investigación de mercados que utiliza mediciones psicofisiológicas periféricas y centrales (actividad cerebral, ritmo cardíaco, respuesta galvánica de la piel, etc.) de los sujetos estudiados para obtener conclusiones.⁴⁹

El turismo rural es un turismo de bajo impacto tanto ambiental como sociocultural que facilita vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad, ayuda a recuperar el equilibrio físico y psicológico del turista, hace accesible la comprensión de la realidad de las comunidades anfitrionas, mediante la convivencia auténtica y espontánea de sus pobladores, y genera una derrama económica que llega de manera más íntegra a los prestadores de servicios de la localidad y a sus anfitriones.⁵⁰

La OMT define al Turismo Rural como las actividades turísticas que se realizan en un espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida a través del conocimiento de sus tradiciones, de la forma de vivir de los pobladores y de los atractivos de la zona.⁶²

La SECTUR participa que, al realizar esta actividad turística, el visitante no sólo es un observador, sino, también, es una persona que puede formar parte activa de la comunidad durante su estancia. Es decir, puede aprender a preparar los alimentos típicos de la comunidad receptora, crear artesanías, aprender lenguas ancestrales nativas, conocer el uso de plantas medicinales, cultivar y cosechar lo que se consume, ser un actor más en los eventos

⁴⁹ Braidot, Nestor. Neuromarketing. Ediciones Gestión (2010)

⁵⁰ Arnaiz Burne Stella Maris, Dachary Alfredo César, Núñez Martínez Patricia, Como Turismo Rural (César, 2008). www.cuc.udg.mx/sites/default/.../2012%20-%20Desarrollo%20local%20y%20turismo.

⁶² step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza

tradicionales de la comunidad, así como lograr percibir y apreciar las creencias religiosas y paganas.⁵¹

Las actividades reconocidas y utilizadas en México basadas en el turismo rural son: Etnoturismo, Agroturismo, Talleres gastronómicos, Vivencias místicas, Aprendizaje de dialecto, Eco arqueología, Preparación y uso de medicina tradicional, Talleres artesanales, Fotografía rural.⁵²

METODOLOGÍA

El tipo de investigación de este trabajo es descriptiva-exploratoria, así mismo la metodología utilizada es la que manifiesta en sus estudios Ezequiel Ander-Egg, (2006); metodología que muestra de una manera clara y detallada cada uno de los pasos a seguir al momento de diseñar un programa de actividades turísticas, así como también las consideraciones que se deben tomar en cuenta para el desarrollo del mismo.

Procedimiento

La metodología consta de seis pasos: 1. Elegir a los destinatarios y responsables del programa de actividades rurales, es decir aquellas personas involucradas y que harán posible y diseñarán dichas actividades de acuerdo a las necesidades; 2. Seleccionar los lugares y espacios donde se realizarán las actividades rurales; 3. Determinar la temporada adecuada para realizar las actividades rurales, dependiendo del mejor clima y el tiempo de producción de agave para la Mezcalera; 4. Especificar qué actividades rurales son las que se van a llevar a cabo dentro del Centro Termalístico que sean adecuadas y dentro de la Mezcalera; 5. Determinar qué métodos, procedimientos y técnicas se van a utilizar en el plan de actividades rurales; y 6. Medir los resultados que se van a obtener con la realización de las actividades.

Posteriormente es el diseño del programa de actividades rurales en donde se establece el marco de acción en que habrá de realizarse el mismo, tomando en cuenta los siguientes elementos (Besnard, 1991): las personas, los lugares, el tiempo, las actividades, los métodos y los medios técnicos, es decir; quienes son los destinatarios del programa, donde se llevará a cabo, en qué hora, día o época del año habrán de realizarse las actividades, cuáles serán las actividades específicas que servirán de sustento para el programa de actividades rurales, qué procedimientos y técnicas se van a utilizar y finalmente con qué instrumentos el profesional lo hará (Zamorano, 2007); además de que el Centro Termalístico cuenta con las instalaciones adecuadas para la realización de actividades al aire libre y otras áreas como canchas y albercas, y que es un centro que maneja de un 50 a 75% de ocupación en temporada baja a un 100% en temporada alta, brindando el elemento principal que es el turista.

Descripción de Sujetos: El programa de actividades rurales se dirigirá principalmente a 4 segmentos de turistas; 1. Infantil en edades de 5 – 10 años, 2. Grupo son los jóvenes de 11 –

⁵¹ SECTUR, 2011. identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios. México serie de documentos en competitividad No. 8

⁵² SECTUR, 2011. identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios. México serie de documentos en competitividad No. 8

7 años, 3. Adultos jóvenes que van de los 18 a 45 años, 4. Adultos mayores que son todos aquellos que tengan de 46 años o más.

Argumentación.

A continuación, en la tabla 1 se presenta la propuesta general de un programa de actividades rurales aplicando el neuromarketing incluyendo el tiempo, lugar, los materiales, responsables, los participantes; con este prototipo de programa, los prestadores del servicio o responsables de las actividades se guiarán para poder dirigir las actividades de la manera adecuada y aplicar cada una de ellas para que puedan cumplirse los objetivos establecidos. Para efectos de este artículo, solo se muestra un esquema de manera general, cabe aclarar que por cada día se tendría un cuadro con cada una de las actividades desglosadas para cada uno de los segmentos determinados, así como los requerimientos para cada uno.

Tabla 1. Programa de Actividades de Turismo Rural

HORARIO	ACTIVIDAD	LUGAR	SEGMENTO	NEUROMARKETING
8:00am – 1:00pm lunes a domingo	Actividades deportivas, descubrimiento del entorno, integración con el medio.	Instalaciones del Centro Termalístico al aire libre alrededores.	Actividades para los 4 segmentos en las que se clasifican las edades, distribuidas en las actividades	Descubrir el entorno a través de actividades multisensoriales: caminar descalzos por los jardines, sentir el aroma del campo y la naturaleza que hay en el entorno
9:00 am – 1:00pm	Club Pequeños Caxcanes actividades enfocadas al segmento infantil utilizando los recursos naturales del entorno	Área infantil de juegos y jardines del centro.	Segmento 1 Niño de 5 – 10 años.	Jugando y aprendiendo a diferenciar colores y aromas de la naturaleza, juegos con arcilla, dinámicas de adivinar sabores de frutos de la región, etc.
De 10:00 a 13:00 hrs De 4:00 – 7:00 pm	Recorrido a la mezcalera en carretas, bicicletas o caballos.	Campos de agave y área de producción de la Mezcalera	Segmento 2, 3 y 4	Conocer el proceso de cultivo y corte piñas del agave en los campos. Ser partícipe del proceso de producción de mezcal desde la destilación hasta la degustación
8:30 pm - 10:00pm	Espectáculo musical/escénico, Representación de bailables propios de la región, así como obras de teatro con el tema principal de las costumbres del entorno.	Kiosco de alberca principal del Centro Termalístico	Todos los segmentos.	Actividades multisensoriales a través de colores brillantes de los trajes típicos, aromas, sonidos, texturas, etc.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El diseño e implementación de un programa de Turismo Rural cumple con el objetivo de generar que el turista viva el Centro Termalístico y la Mezcalera, a través de la cultura caxcana y la riqueza natural en la que está inmerso, así como el diseñar una propuesta factible en la

actividad turística donde lo principal es generar experiencias y vivencias para el turista, esta propuesta le permite al turista obtener la oportunidad de aprovechar de manera diferente e integral el destino en su tiempo libre; además de que estratégicamente para el centro y las comunidades de la región, será una herramienta para prolongar la estancia promedio y elevar los porcentajes de ocupación en el destino, a consecuencia de la diversidad de actividades generará un interés por realizarlos y necesitará más tiempo en el sitio para experimentarlos.

El neuromarketing en la actividad turística rural actualmente se va tornando una necesidad en cualquier tipo de establecimiento o servicio que se ofrezca al turista, ya que es una herramienta para lograr maximizar la satisfacción del turista con su entorno, logrando ofrecer unas vacaciones con experiencias únicas, memorables e irrepetibles, en donde el turista se identifique, sienta, viva, sueñe, juegue, pruebe, promocióne y desee volver a vivir la “experiencia de viaje” de una manera significativa e inolvidable. En base a las respuestas emocionales y cognitivas recogidas por estas herramientas de reciente interés, el neuromarketing puede aconsejar qué aroma genera emociones más positivas, qué tipo de actividades ofertar para llamar más la atención o qué experiencias queremos lograr en el turista para que sea amigable con el entorno y su medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez del Blanco, R. (2011). *Fusión perfecta: Neuromarketing*. Madrid: FT-Prentice Hall.
<http://www.amazon.es/Neuromarketing-FT-PH-Roberto-Alvarez/dp/8483227630>
- Arnaiz Burne Stella Maris, Dachary Alfredo César, Núñez Martínez Patricia, Como Turismo Rural (César, 2008).
www.cuc.udg.mx/sites/default/.../2012%20%20Desarrollo%20local%20y%20turismo.
- Baraybar-Fernández, Antonio; Baños-González, Miguel; Barquero-Pérez, Óscar; Goya-Esteban, Rebeca; de-la-Morena-Gómez, Alexia (2017). «Evaluation of Emotional Responses to Television Advertising through Neuromarketing». *Comunicar* 25 (52): 19-28. ISSN 11343478. doi:10.3916/c52-2017-02. Consultado agosto de 2017.
- Bermejo, P. E., Izquierdo, I. (2013). *Tu dinero y tu cerebro. Por qué tomamos decisiones erróneas y cómo evitarlo según la neuroeconomía*. Random House.
- Besnard Pierre (1991); *La Animación Sociocultural*, Barcelona.
- Braidot, Nestor. *Neuromarketing*. Ediciones Gestión (2010).
- Lang, P. J., Bradley, M. M., & Cuthbert, B. N. (1997). «Motivated attention: Affect, activation, and action». *Attention and orienting: Sensory and motivational processes*, 97-135.
- Manzano, R., Gavilán, D., Avello, M., Abril, C., Serra, T. (2011) *Marketing Sensorial. Comunicar con los sentidos en el punto de venta*. Madrid: FT-Prentice Hall.
- Román, Ma. Florencia. *Turismo Rural en Argentina. Concepto, situación y perspectivas*. IICA. Buenos Aires. 2009.
- SECTUR, 2011. *Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios*. México serie de documentos en competitividad No. 8
- Ser inversor (2009). «Un nuevo enfoque del marketing: El Neuromarketing.» Consultado 2013.
- Zamorano Casal Francisco Manuel (2007); *Turismo Alternativo: Servicios Turísticos Diferenciados*. Editorial Trillas
- Zuluaga Giraldo, Marco Aurelio (2014); Instituto Colombiano de Bienestar Familiar - ICBF www.icbf.gov.co

OFERTA TURÍSTICA ACTUAL EN MÉXICO AVALADA POR ORGANISMOS QUE CERTIFICAN EL TURISMO RESPONSABLE Y PROGRAMAS EXISTENTES PARA EL DESARROLLO DEL MISMO

Mtra. Ana Sofía López Sotomayor⁵³

Palabras clave: turismo responsable, turismo sostenible, turista responsable, turismo rural, México

INTRODUCCIÓN

La investigación de la relación existente entre la práctica del turismo responsable y el desarrollo sostenible del turismo en México son temas de gran interés a estudiar con el propósito de buscar su desarrollo en beneficio de las comunidades receptoras en la que se desarrolla la actividad turística.

En la industria son utilizados diferentes conceptos, tales como turismo responsable, ecoturismo, turismo sostenible, turismo ético. El término más utilizado y aceptado por las agencias de viajes y tour operadores en su oferta de sus servicios, es el de turismo responsable (Netherlands Development Organisation [SNV], 2009). Este concepto ha sido estudiado durante más de veinticinco años. Krippendorff (como se citó en Caruana, Glozer, Crane y McCabe, 2014) reconoce que: los turistas cada vez son más complejos y exigentes en sus necesidades, y la industria debe adoptar una orientación más amigable con el medio ambiente y con responsabilidad social en sus prácticas de mercadotecnia para mantener los niveles de satisfacción en el futuro de un mercado y segmento más demandante. (p.116)

El turismo responsable es un enfoque de gestión del turismo que contempla alcanzar las metas del modelo de “triple bottom line”, el cual tiene tres principales propósitos; disminuir el impacto negativo que genera en el medio ambiente, la búsqueda de justicia social y el logro de una derrama económica equitativa en la comunidad (The City of Cape Town Department, 2015). Se tomará esta definición para la investigación.

La oferta turística siempre viene acompañada de una demanda, la primera es representada por el destino, el prestador de servicio que comercializa el producto y la comunidad receptora, y la demanda, por los turistas. Todos juegan un papel muy importante en este enfoque responsable del turismo e impactan positiva o negativamente en el desarrollo sostenible de la actividad turística.

El objetivo final de esta perspectiva es, crear experiencias memorables para el turista, así como fortalecer el patrimonio cultural, social y desarrollo económico de las comunidades receptoras y conservar su medio ambiente (The City of Cape Town Department, 2015).

A través de esta investigación se busca determinar cuál es la oferta turística existente en México de prestadores de servicios avalados con algún sello o certificación de algún organismo reconocido que promueva el turismo responsable bajo el modelo de tripple bottom

⁵³ La Mtra. Ana Sofía López Sotomayor es la Directora del Programa Académico de la Lic. en Turismo Internacional de la Universidad de Monterrey, México. ana.lopez@udem.edu

line; así como detectar los programas existentes en México de organismos o gobierno que faciliten y promuevan el desarrollo del mismo. Lo anterior tiene como fin dar una visión general de la situación actual de desarrollo de un auténtico turismo responsable en México, lo cual será útil para seguir explorando más a detalle el tema en una futura investigación.

METODOLOGÍA

Se realizó una investigación documental de tipo descriptivo, ya que existe literatura en especial sobre el concepto del turismo responsable, hay poca información que concentre cómo es la situación actual al respecto de la oferta mexicana. Se trabajó un método analítico, en donde se identificó información tanto general, como particular, se estudió y revisó cada uno por separado, para después relacionar la misma. Los instrumentos utilizados son las fichas bibliográficas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este estudio se encontró el interés por promover el turismo responsable en México en su práctica de “triple bottom line”. Se identificaron organismos públicos e privados que incentivan el desarrollo de este tipo de turismo.

Organizaciones como Green Peace (2008), han elaborado una guía de consejos útiles para que sean aplicados por los grupos hoteleros que operan en el país y también un Decálogo del turista sustentable para que sea usado por las personas que visitan los diferentes destinos de descanso en toda la república; ambas guías tienen como base las recomendaciones emitidas por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

La Secretaría de Turismo de México (SECTUR), opera desde el 2012 una distinción llamada “Distintivo S”. Es un reconocimiento a las buenas prácticas en el desarrollo de proyectos turísticos y el compromiso de las empresas turísticas que operan en México bajo los criterios globales de sustentabilidad que son promovidos tanto por la OMT, como por organismos acreditadores de prácticas sostenibles tales como lo son EarthCheck y Rainforest Alliance (SECTUR, 2012). Hasta el día de hoy ya hay más de 170 empresas turísticas que cuentan con esta distinción, en su mayoría hoteles.

Rainforest Alliance (2018), trabaja con hoteles, operadores de turismo receptivo y emisor y otras empresas turísticas, para ayudarles a mejorar sus prácticas ambientales, sociales y económicas. Los estándares de turismo sostenible de la certificación son reconocidos por el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC).

EarthCheck (2018) es la organización líder mundial en consultoría, benchmarking científico y certificación para la industria de viajes y turismo. Desde 1987, han ayudado a empresas, comunidades y gobiernos a crear destinos turísticos limpios, seguros, prósperos y saludables para visitar, vivir, trabajar y divertirse.

En el 2016, se fundó Sustentur, una empresa mexicana de consultoría especializada en el Turismo Sostenible. En muy poco tiempo han logrado más de cincuenta proyectos tanto para empresas privadas, asesoría a fideicomisos de promoción en materia de identificación de casos y mensajes de sustentabilidad, apoyo a gobiernos para la implementación de políticas públicas,

han apoyado a organizaciones de la sociedad civil a escalar el impacto de sus acciones (Sustentur, 2018).

Además, crearon el Sustainable and Social Tourism Summit (2018), que busca ser el principal espacio de encuentro y referencia en el mundo para la difusión, actualización e intercambio de conocimiento en el desarrollo del turismo con bases de sustentabilidad, solidaridad y responsabilidad social empresarial. Organizaciones mexicanas y globales líderes en el tema se unen para organizar un evento de clase mundial para profesionales del sector.

Existen varios tours operadores receptivos que ofertan productos turísticos bajo la bandera del turismo responsable o sostenible; sin embargo, los únicos avalados en México por Rainforest Alliance, son Totonal, ubicado en Puebla y Explora ecoChiapas. De hoteles, hay alrededor de quince que cuentan con este certificado y todos están ubicados en la zona costera. Por mencionar algunos se encuentran la cadena hotelera de los Dreams y Secrets, en ciudades como Los Cabos, Huatulco, Playa del Carmen y otros de la Riviera Maya. Todos ellos han tenido que cumplir con los estándares que marca la guía (Rainforest Alliance, 2018).

El caso del tour operador Totonal es objeto de estudio, pues es el pionero en obtener esta certificación y cuenta con alianzas estratégicas que demuestran es un verdadero ejemplo de desarrollo de productos turísticos responsables. Ha creado su propio Código de Conducta de los Viajeros. Cuenta con veinte declaraciones divididas en medioambientales, ámbito socio-cultural y sobre la seguridad del turista. Entre las principales recomendaciones, se destacan el hacer consciencia en el uso eficiente del agua y energía, la importancia en la generación de menos residuos, el valorar la artesanía local y no regatear, entre otros (Totonal, 2018).

Explora, es un tour operador enfocado en experiencias de naturaleza y aventura y es un promotor de viajar de forma más responsable, respetando el entorno natural y cultural de los lugares que visitan. Los viajes que ofrecen son fuera de las rutas comunes. (Explora, 2018). La mayoría de sus programas se llevan a cabo en zonas rurales.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este estudio documental, permitió explorar la situación actual de la oferta turística en México que cuente con sellos y certificaciones avalados por organismos reconocidos, así como el reconocer los programas existentes que promuevan el turismo responsable en México. Hay interés por parte de los organismos tanto públicos como privados para crear y comercializar servicios considerando los principios del desarrollo sostenible. Por lo tanto, queda investigar la contraparte de la oferta y la demanda de los servicios turísticos. Se recomienda explorar cuál es el interés y la percepción que se tiene por parte de los turistas para realizar viajes en México con esta filosofía. Para ello, se invita revisar el estudio *Tourists' accounts of responsible tourism* de los autores Caruana, R., S. Glozer, S., Crane, A. y McCabe, S. (2012) para fijar la metodología a seguir para este estudio complementario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Caruana, R., S. Glozer, S., Crane, A. & McCabe, S. (2014) Tourists' accounts of responsible tourism, *Annals of Tourism Research*, 46, 115-119
- Earth Check (2018). Bueno para los negocios, Bueno para el Planeta. Recuperado de: <https://es.earthcheck.org/>
- Green Peace (8 de octubre de 2008), Ecoguía para un turista sustentable [Mensaje en un blog]. Recuperado de: http://www.greenpeace.org/mexico/news/ecoguia_del_turista_sustentable
- Rainforest Alliance (2018), *Servicios de certificación para servicios de turismo*, New York, EU. Recuperado de: <https://www.rainforest-alliance.org/business/es/tourism/certification>
- Secretaría de Turismo Federal (2012), Distintivo "S", Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/21790/Revista_Digital_DISTINTIVO_S_VF.pdf
- SNV Netherlands Development Organisation (2009). The Market for responsible tourism products with a special focus on LatinAmerica and Nepal. Recuperado de: <http://www.responsibletravel.org/docs/the%20Market%20for%20Responsible%20Tourism%20Products.pdf>
- Sustainable and Social Tourism Summit (2018). *SUSTAINABLE & SOCIAL TOURISM SUMMIT*, Recuperado de: <http://sstourismsummit.org>
- Sustentur (2018). Nosotros. Recuperado de: <http://sustenturconsulting.com/nosotros/>
- The City of Cape Town Tourism Department (2015). *Responsible Tourism in Cape Town: How to guide, Guidelines for implementing responsible practices in the tourism industry*. Ciudad Del Cabo, Sudáfrica. Recuperado de: <http://www.responsiblecapetown.co.za/wpcontent/uploads/downloads/2011/09/Responsible-Tourism-in-Cape-Town.pdf>
- Totonal (2018). Filosofía y compromiso con el Turismo Responsable. Recuperado de: <http://www.totonal.com>

ESTRATEGIA COMERCIAL PARA IMPULSAR EL TURISMO RURAL, COMUNIDAD ABILLAL, COLIMA, MÉXICO

M. en A. Héctor Damián Ramírez Escuela de Turismo y Gastronomía, Universidad de Colima

Palabras Clave: Turismo Rural. Estrategia comercial. Abillal. México

Introducción.

La intención de esta investigación es la implementación de estrategias ecoturísticas que permitan una afluencia turística a las comunidades rurales del estado de Colima, así como las mejoras o adecuación de los servicios turísticos actuales para alcanzar una ventaja competitiva entre los diferentes municipios del estado, el Abillal es una comunidad rural, ubicada en el municipio de Manzanillo, en el estado de Colima.

Anteriormente los pobladores se dedicaban sola a la actividad agrícola, pero por falta de asesoría y el apoyo del gobierno desistieron de esta actividad y la mayoría de los jóvenes se fueron a trabajar a los Estados Unidos de Norte América, sin embargo, por la belleza del lugar y su potencial turístico es un atractivo natural para interesar a los turistas a conocerlo y disfrutarlo.

Derivado de esto se procedió a realizar recorridos guiados que permitieran el flujo de turismo, pero de una manera organizada e implementando estrategias apropiadas para mejorar la comercialización del destino rural en los entornos turísticos y que los comuneros logren así mejores utilidades.

El Abillal se encuentra ubicado dentro del Ejido La Rosa de San Jose de Lumber. La diversidad de atractivos naturales existentes en el entorno como son la sierra madre occidental, el rio, el misterio de los monolitos grabados con jeroglíficos, los miradores naturales, vivir el proceso artesanal de elaboración de tequila, las pozas de cultivo de peces, la diversidad de agro cultivos, la riqueza de la flora y la fauna, así como la visita al poblado de San José de Lumber para conocer un poco de su cultura rural, son solo algunos de los motivos por los que es interesante visitar.

Metodología:

Para la correcta verificación de la hipótesis propuesta, la metodología fue el Marco para la Evaluación de Sistemas de Gestión de Recursos Naturales Integrando Indicadores de Sostenibilidad (MESMIS). La forma en que se obtiene la información es de gran importancia para la investigación.

Los instrumentos de análisis utilizados en la investigación son la obtención de información a través de encuestas, entrevistas, consultas bibliográficas y estudios de campo, así como el monitoreo del área del acuífero a través de instrumentos de medición de la calidad del agua. La escala de medición se definió desde la zona productiva (plantaciones de café y cultivos) hasta la región donde se concentra la población y el área de recreación (charco Hilario), que es donde se concentra el problema del estudio. Las encuestas se realizaron en 30 casas, teniendo en cuenta que la población aproximada es de 347 habitantes.

El diagnóstico FODA realizado para la comunidad el Abillal fue el detonante para poder identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que sirvieron como base para poder elaborar y desarrollar estrategias que permitieran potencializar las fortalezas y oportunidades turísticas del destino y minimizar las debilidades y amenazas que pudieran poner en riesgo la realización de actividades turísticas en la comunidad rural del Abillal. Se formó un grupo de voluntarios de⁵⁴ la Escuela de Turismo y Gastronomía integrado por doce estudiantes que aplicaron encuestas directas tanto a proveedores de servicios turísticos como a visitantes para obtener las dos partes del estudio.

Técnicas que utilizó en la investigación: Reuniones con prestadores de servicios turísticos, aplicación de encuestas, tormenta de ideas, entrevistas, sistemas estadísticos en la concentración de información, herramientas matemáticas.

Resultados y Discusión:

Los factores que afectan la evaluación del sistema de gestión son: edafológicos, hidrológicos, vegetales y sociales. Dado que estos son los que pueden facilitar u obstaculizar la productividad, la estabilidad, la capacidad de recuperación, la fiabilidad, la equidad, la adaptabilidad y la autogestión del sistema porque estos atributos definen la sostenibilidad. Los puntos críticos de estudio que son parte del aspecto natural (hidrología, edafología y vegetación) también son responsables del aspecto económico, ya que su pedología; por ejemplo, se centra principalmente en la cosecha y la producción de café.

El estudio de estos puntos permite conocer la situación en la que se encuentran los recursos y el uso que se les da. Análisis situacional para determinar la viabilidad del proyecto

Análisis de FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación geográfica con potencial estratégico. 2. Rico en recursos naturales y biodiversidad. 3. Infraestructura carretera. 4. Fuerte potencial turístico. 5. Áreas agrícolas con alto potencial productivo e importante infraestructura de riesgo. 6. Mercado interno con potencial de desarrollo. 7. Áreas con riqueza natural. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación geográfica estratégica por el flujo de inversiones nacional e internacional. 2. Requisitos ambientales para los servicios favorables a la sustentabilidad regional. 3. Conservación del lugar.

⁵⁴ hramirez1@ucol.mx

DEBILIDADES	AMENAZA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Contaminación, sobreexplotación de recursos naturales y deterioro ambiental. 2. Enfoques reduccionistas ante los problemas ambientales. 3. Falta fortalecer esquemas de gestión de proyectos. 4. Poca publicidad. 5. Poca capacidad de carga 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El interés mostrado por la secretaria de turismo del estado para apoyar proyecto ecoturísticos se manifestó desde el primer momento cuando se levantó el inventario turístico rural en la comunidad. 2. Es apremiante una coordinación entre todos los involucrados del sector y entes gubernamentales estatales y municipales que les permita optimizar los esfuerzos y obtener mejores resultados en la comercialización de productos turísticos rurales.

Conclusiones y Recomendaciones: El Abillal tiene el potencial esencial para convertirlo en un lugar con posibilidades de desarrollo sostenible en el campo turístico y agrícola. Con base en el objetivo de esta investigación que es evaluar el sistema de gestión de los recursos naturales en el Abillal para el desarrollo sostenible, se determina que el estado en el que se encuentran los recursos de la comunidad es propicio para implementar actividades alternativas que permitir el desarrollo agrícola y turístico para mejorar la calidad de vida de la población.

A través de los atributos de la metodología que se determinó para llevar a cabo la investigación, se siguieron los lineamientos necesarios para evaluar la sostenibilidad, que han sido principalmente aplicables para emitir un juicio y proporcionar sugerencias que permitan una mejora, plantear estrategias y recomendaciones que den lugar a un nuevo ciclo en el sistema de gestión. De acuerdo con el análisis que se llevó a cabo, se debe considerar la participación del gobierno, el sector privado y la comunidad cuando se pretende llevar a cabo un proyecto, sin importar cuán pequeño sea, ya que de esta manera habrá un mayor control, intención de hacer, pueden estar más involucrados y pueden exigir los resultados que se han programado de acuerdo con los objetivos. La comunidad cuenta con recursos adecuados para desarrollar el turismo con un sistema de gestión sostenible. Finalmente, en base a lo que se ha planteado, surgen una serie de recomendaciones más viables que se describen a continuación:

Ecoturismo y agroturismo como alternativa al desarrollo local. Esta actividad debe ser administrada a través de un comité regulador que esté a cargo del uso, uso y preservación para un propósito turístico con beneficio para la comunidad. La cooperación por parte de las autoridades municipales y estatales. Gestiona con ellos la integración a programas municipales y estatales que los comprometan a brindar un apoyo constante y fomentar el desarrollo y la promoción de esta área acciones en beneficio del destino turístico y de la población, que ayuden a implementar estrategias promocionales ecoturísticas que permitan generar un mayor flujo de turismo a las comunidades rurales. Las comunidades rurales con atractivos turísticos naturales deben de ser integradas a los entornos turísticos como complementos de un producto turístico integral como lo es la playa en el caso de Manzanillo. Debe ejercerse una intensa capacitación con los comuneros aprovechando su interés en participar para de esta forma ser más competitivos en los entornos turísticos rurales y cuidado ambiental.

Referencia Bibliográfica

- Acerenza, Miguel Ángel (2004), "Marketing De Destinos Turísticos" Editorial Trillas, México. Ceballos Hernández y Coautores (2000). "Métodos De Investigación I" Compañía. Editorial Nueva Imagen, México.
- Centro De Población Y Vivienda 2005, INEGI, México. "Mapping The Global Future" National Intelligence Council, EE. UU.
- César Dachary, Alfredo (2000) Turismo Y Desarrollo Sustentable. México: Universidad De Guadalajara
- Chávez De La Peña, Jorge (2005). Ecoturismo TAP: Metodología Para Un Turismo Ambientalmente, Planificado. Editorial Trillas México
- Deming, W. Edward (1989), "Calidad, Productividad Y Competitividad" Ediciones Díaz De Santos, S.A. México.
- Desarrollo Turístico Sostenible. España. Publicado Por La Organización Mundial De Turismo. Hoffman, Douglas (2004), "Fundamentos De Marketing De Servicios" Editorial Thomsom, México.
- Organización Mundial Del Turismo (1998). Introducción Al Turismo España: Editorial Egraf
- Organización Mundial Del Turismo (1999). Guía Para Administraciones Locales:
- Porter, Michael E (2004). "Estrategia Competitiva" Ed. CECSA, México.
- Sandoval S., Ewaldo R (2006).; "Ecoturismo; Operación Técnica Y Gestión Ambiental" Editorial Trillas, México

EL TURISMO RURAL Y LA INVESTIGACIÓN APLICADA EN “TEQUILA PUEBLO MÁGICO”

Mtra. Dora Cristina García Pérez⁵⁵.

Palabras clave: Pueblos Mágicos, Tequila, Turismo alternativo.

Introducción.

Contextualización y/o Antecedentes:

Existen iniciativas que buscan lograr una mayor afluencia de turistas a las zonas rurales de nuestro país. Una de ellas es la que se ha cristalizado en el Programa Pueblos Mágicos, iniciativa desarrollada por la Secretaría de Turismo (SECTUR) cuyo objetivo es la revalorización de algunas poblaciones con características únicas y peculiares, que representan para México, una alternativa viable para el desarrollo del Turismo Rural.

El municipio de Tequila en el Estado de Jalisco fue distinguido con el nombramiento de Pueblo Mágico en el año 2003, a partir del cual ha logrado consolidarse como uno de los municipios más representativos de nuestro país.

Este municipio se ha distinguido por su singularidad y porque representa uno de los emblemas más reconocidos de la cultura mexicana; El Tequila.

La historia del pueblo se relaciona estrechamente con la del aguardiente del mismo nombre, reconocido en todo el mundo a tal nivel que quizá sea el atributo mexicano con mayor alcance en el ámbito internacional. Además, el municipio cuenta con una gran cantidad de elementos y atractivos naturales, tales como barrancas, cerros, balnearios naturales, ríos y arroyos, entre otros.

No obstante que las características físico-geográficas del municipio sean propicias para el aprovechamiento de los sitios con potencial turístico, son pocos los esfuerzos que se han realizado para consolidar al municipio como un destino de turismo alternativo. De hecho, el potencial turístico del patrimonio natural en Tequila se ve claramente desperdiciado con esporádicos recorridos a las zonas más altas del territorio, que no tienen mayor impacto y que por lo general, no suelen ser comercializados por las turoperadoras locales.

Planteamiento del Problema:

La mayor parte de los atractivos con que cuenta Tequila son culturales, sin embargo, el destino no ha logrado consolidar la totalidad de sus recursos patrimoniales, debido a que la actividad turística se ha centrado en la comercialización del tequila y los procesos de elaboración. Otro segmento del Turismo Alternativo aplicable a la región es el Ecoturismo. Tequila cuenta con una cantidad importante de atractivos naturales entre los que destacan el Paisaje de Agaves, y las antiguas fábricas de tequila declarados como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 2006, el Volcán de Tequila y la Sierra Madre Occidental, que por sus características son destinos potenciales para practicar el turismo de naturaleza. La posibilidad

⁵⁵ doracristina6@hotmail.com

de diversificación del destino y los esfuerzos para ofertar productos turísticos que involucren a la comunidad no han sido relevantes.⁶⁷

Justificación de la investigación:

Diversas investigaciones señalan que, desde la época colonial, debido a su localización geográfica, Tequila fungía como un sitio de descanso obligado en el trayecto de los paseantes; sin embargo, es hasta principios del siglo XX cuando se inicia un proceso turístico formal, en cuyo marco figura una sociedad tequilense activamente participativa (González 2010). Lugares como el balneario natural La Toma y el Volcán de Tequila, son algunos de los sitios que, desde hace más de 90 años, formaban parte de la oferta recreacional preferida por los pobladores. En la actualidad la actividad turística se ha centrado en los procesos de fabricación y comercialización de las grandes marcas de tequila, dejando de lado el potencial con que cuenta el municipio para desarrollar proyectos de turismo alternativo que involucren y beneficien a la sociedad tequilense.

METODOLOGÍA

Descripción de sujetos:

Los principales sujetos que participaron en el proceso de obtención de datos fueron actores clave en el municipio de Tequila; Representantes del Municipio, Casas Tequileras, Prestadores de Servicios, Transportadoras Turísticas y Pobladores de Tequila.

Instrumentos:

Los Instrumentos de trabajo que se emplearon en la presente investigación fueron: la aplicación de entrevistas directas, la observación de campo, mesas de trabajo y evidencias como fotografías y videos, y por supuesto la consulta de bibliografía.

Procedimiento:

El proceso metodológico tuvo como punto de partida la búsqueda de información bibliográfica, y la consulta de datos y publicaciones oficiales.

El trabajo de campo se realizó mediante visitas de exploración para reconocer el estado actual de los recursos y atractivos con que cuenta el destino.

Posteriormente se aplicaron entrevistas de manera personal a personajes clave del municipio y se realizaron reuniones con actores que se encuentran directa e indirectamente ligados a la actividad turística en la región.

Objetivo:

La investigación se realiza con la finalidad de detectar potencialidades para el desarrollo del turismo rural en el municipio en cuestión. De igual manera pretende constituirse en un referente para la toma de decisiones de las instituciones y organismos públicos y privados en el planteamiento de proyectos turísticos encaminados a activar la economía y lograr mejores condiciones de bienestar en la población de Tequila.

Tipo de Investigación:

Las metodologías que se utilizaron para la elaboración de la presente investigación fueron de tipo documental, exploratoria, diagnóstica, para finalmente proceder a la elaboración de recomendaciones que se pueden aplicar en el Pueblo Mágico de Tequila.

Resultados y Discusión:

Los resultados obtenidos en la investigación nos indican que los recursos naturales del municipio no han sido debidamente aprovechados en el sector turismo por diferentes causas entre las que podemos mencionar que a) Falta infraestructura turística adecuada para desarrollar un turismo de naturaleza. b) No existen estrategias regidas por el principio de la sustentabilidad para explotar los atractivos naturales. c) Los operadores turísticos locales no tienen una programación periódica de los recorridos que incluyan visitas a los atractivos naturales, la operación de los recorridos en algunos casos es solamente los fines de semana o cuando el visitante lo solicita. Lo anterior ocasiona que el municipio no sea identificado como un destino de turismo alternativo, por la falta de diversificación de los productos turísticos locales.

En el caso del patrimonio cultural, los atractivos no se han consolidado como un referente turístico en el municipio ya que: a) Las transportadoras turísticas que existen, comercializan únicamente recorridos a las casas tequileras con las que obtienen un porcentaje de comisión debido a los convenios previamente pactados, b) La mayoría de los atractivos culturales se encuentran en mal estado, y no se aprovechan para elevar la derrama económica en el municipio.

Conclusiones y Recomendaciones:

En Tequila, el producto mayormente comercializado es la bebida del mismo nombre; no obstante, derivado de esta bebida se desprenden un sin número de artículos que complementan la actividad industrial. Es importante que el municipio cuente con un espacio donde se comercialicen dignamente los objetos artesanales, en función de la capacidad, la diversidad, la producción y el consumo de los mismos. Actualmente, la Casa del Artesano cuenta con una excelente ubicación, pero, es necesario se realicen ciertas adaptaciones para que el inmueble cuente con instalaciones de mejor nivel y complemente la oferta turística en el destino.

El Callejón del Hambre en Tequila se constituye como un espacio gastronómico anexo al Mercado Municipal, conformado por dos calles cerradas y de uso exclusivo para peatones. La dinámica económica del lugar se intensifica en las instalaciones del mercado y en una parte del callejón; de hecho, durante el día se ofrece la venta de desayunos y comidas, así como artículos que son comercializados por vendedores ambulantes. Por lo anterior se hace el planteamiento de transformar el área del mercado y callejón en un espacio cuya imagen resulte atractiva tanto para los habitantes como para los visitantes. Además, se busca conformar una zona que represente la gastronomía local, la cual sea digna de ser mostrada al turista.

Cuando los pobladores locales son capaces de reconocer el valor de su patrimonio, se desencadena toda una serie de acciones que abogan positivamente por la preservación de los atractivos. Para tales efectos, se propone la creación de una Campaña de Sensibilización del Programa Pueblos Mágicos.

Entre otras cosas, esta campaña tendría como objetivo incentivar una conciencia crítica sobre la trascendencia del turismo en el desarrollo del municipio, así como la importancia de pertenecer a un programa de reconocimiento federal, tal como el de Pueblos Mágicos.

Referencias Bibliográficas

CNIT- Cámara Nacional de la Industria Tequilera (2013). *Estadísticas a octubre de 2013*. México.

Recuperado de: <http://www.tequileros.org>

González, Lucía (2010). *Modelo turístico sustentable para el municipio de Tequila, Jalisco, México: Una perspectiva para el desarrollo local*. Tesis de doctorado en Ciudad, Territorio y Sustentabilidad. México.

H. Ayuntamiento de Tequila (2010). *Plan Municipal de Desarrollo 2020*. México.

INEGI – Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2011). *México en cifras*. México.

Información Estadística y Geográfica de Jalisco (2012). Diagnóstico del municipio Tequila. Méx

SECTUR – Secretaría de Turismo (s.f.). *Reglas de Operación del Programa Pueblos Mágicos*. México.

SECTURJAL – Secretaría de Turismo de Jalisco (2011). *Anuario Estadístico 2011*. México

SIEG- Sistema de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (2012) *Diagnóstico del Municipio de Tequila*. México.

UNESCO- Organización de las naciones Unidas para la Educación de la Cultura Centro del Patrimonio Mundial. Paisaje de agaves y antiguas instalaciones de tequila, disponible en:

<https://whc.unesco.org/es/list/1209#top>.

DISEÑO DE UN PROGRAMA DE ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL PARA UNA COOPERATIVA RURAL: CASO SARTENEJAS

Raúl Ernesto Paredes Polanco⁵⁶

Palabras Clave. Animación Sociocultural, Programa, Cooperativa, Turismo Rural

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

La organización objeto de este estudio se llama: Unidad Agropecuaria Las Sartenejas Numero Dos SC. De RL de CV. Se dedican al Turismo Rural o Ecoturismo, están enfocados a proteger el medio ambiente como una forma de ofrecer productos turísticos.

La cooperativa nace como una inquietud de sus socios como una empresa familiar, al tomar un acuerdo de aprovechar las grutas que se ubican dentro de su rancho, al notar que su belleza era impresionante y digno de admirarse. Al darse cuenta que amigos y curiosos llegaban a visitarlas es donde nace la idea de ofrecer el servicio de guianza hacia las grutas, como una forma de turismo de naturaleza y de turismo rural.

Está compuesta de 10 socios (6 mujeres y 4 hombres), está ubicado en la carretera Tekax Canek Frente a la Unidad San Fernando. Su representante se llama Roberto Isaías Rodríguez, quien funge como administrador general y gestor ante diferentes organismos como el gobierno del estado y la alcaldía de Tekax donde están ubicados.

Sus Principales productos que ofrecen son: Recorridos por las grutas vía sendero o paseos en gruta (Paquete familiar y paquete extremo). Camping, venta de alimentos y artesanías. Así mismo cuentan con un tortugario y diferentes animales de la región

En cuanto a las instalaciones con que cuenta la cooperativa son: Área administrativa, baños, local de venta de artesanías y comedor comunitario con venta de alimentos, palapas de descanso. Así como un área de acampado.

En cuanto a su misión esta es: “Somos una cooperativa cuya razón de ser, es la protección del medio ambiente, a través de acciones de educación y conservación de los recursos naturales y culturales de la zona, compartiendo experiencias únicas en el contacto de la naturaleza a nuestros visitantes de diferentes partes de nuestro estado, país o el mundo. Nuestra tarea es mostrar a través de recorridos turísticos todos los atractivos culturales y naturales de nuestro entorno”

Su visión hacia el futuro lo encontramos como: “Ser una organización reconocida en el medio turístico por su capacidad de incrementar la conciencia en el cuidado del medio ambiente para poder aprovechar los recursos naturales y culturales con los que contamos, de una manera sustentable”

⁵⁶ Turismo Área Desarrollo de Productos Alternativos. Universidad Tecnológica Regional del Sur.
repp17@hotmail.com

Planteamiento del problema

La cooperativa Las Sartenejas Dos es una organización rural, con productos de culturales y de naturaleza que ofrecen a sus visitantes. Hasta este momento su actividad empresarial lo ha realizado de una manera incipiente y empírica, sin una planificación apoyado en métodos y técnicas, que les permita definir perfectamente cuál es su diseño de servicios que les haga diversificar su oferta turística para mejorar la experiencia del visitante.

Se hace necesario la utilización de una metodología para el diseño de su oferta de productos enfocados bajo un modelo de animación Sociocultural acorde con su realidad cultural y natural para aprovechar todos sus recursos.

Diversos autores han definido la animación sociocultural como un modelo pedagógico de intervención social que le de vida y movimiento al entorno y fomentar la integración de los miembros, es por ello que se busca que la cooperativa en cuestión adopte este modelo en su planeación de actividades dentro de su oferta de servicios.

Justificación

Según unas premisas del Plan Nacional de Desarrollo (2013 – 2018) en México, el turismo representa la posibilidad de crear trabajos, incrementar los mercados donde operan las pequeñas y medianas empresas, así como la posibilidad de preservar la riqueza natural y cultural de los países. México se encuentra bien posicionado en el segmento de sol y playa, pero otros como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, de salud, deportivo, de lujo, de negocios y reuniones o de cruceros, ofrecen la oportunidad de generar más derrama económica

Dicho plan busca ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de los ciudadanos para que reconozcan valoren, promuevan y difundan las culturas. Preservar y conservar el patrimonio cultural como una forma de vinculación eficaz entre la cultura y la promoción turística que detone el empleo y el desarrollo regional, y eso es precisamente lo que busca la cooperativa Las Sartenejas.

Como ya se mencionó la cooperativa es familiar y busca sobresalir en el ámbito turístico con sus recursos propios, por lo que se debe procurar elaborar planes y programas más estructurados para aprovechar lo que pretende el plan de desarrollo que dice: Fortalecer el capital social y las capacidades de gestión de ejidos y comunidades en zonas rurales para la conservación de la biodiversidad.

En cuanto a la necesidad de elaborar un programa de animación se hace patente en la diversificación e innovación de productos que pide el PND 2013 – 2018. Este busca detonar el crecimiento del mercado interno a través del desarrollo de nuevos productos turísticos y eso es precisamente lo que la cooperativa desea realizar, una nueva oferta (Cultural y de Naturaleza) en el sur del estado de Yucatán, que se abre paso dentro del llamado turismo de sol y playa tan posicionado en nuestro país.

Objetivo

Plantear el diseño de un Programa de Animación Sociocultural para una cooperativa ubicada en el área rural del estado de Yucatán.

METODOLOGÍA

Los sujetos sobre los cuales serán la recolección de datos son los socios de la cooperativa Las Sartenejas Dos, quienes forman parte del consejo de administración de esta cooperativa, están ubicados en la ciudad de Tekax Yucatán y tienen la propiedad del rancho del mismo nombre. El tipo de investigación es experimental. Se utilizó el instrumento de entrevista con una guía de tópicos sobre el tema de productos de animación sociocultural, cuyo procedimiento fue el siguiente:

Selección de los objetos de estudio y sus características, Construcción del instrumento de recolección de datos (Guía de tópicos), Recolección de datos por medio de la entrevista a los socios, Análisis de los datos, Elaboración del programa de animación sociocultural, Reporte y resumen de resultados y Conclusiones y recomendaciones.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los principales resultados obtenidos en las diferentes entrevistas realizadas a los socios de las sartenejas son los siguientes: El diseño de sus servicios es de manera empírica, es decir no utilizan una metodología para ese fin. Los recorridos ofrecidos únicamente son con un guía para contemplar las grutas y no buscan la integración de los visitantes con el entorno natural y la cultural (participativo). Existe un completo desconocimiento del modelo de animación sociocultural como una forma de incrementar la oferta turística y mejorar la experiencia del turista, buscando utilizar el tiempo libre ofreciendo actividades de ocio y recreación.

También se hizo patente durante las visitas de observación y entrevista a los socios, el gran número de atractivos y recursos naturales con los cuales cuenta, como son: Senderos rurales, plantas endémicas de la región, aves, grutas, animales silvestres, e instalaciones que aun que son incipientes aun, pueden soportar el diseño de actividades de tipo sociocultural.

En cuanto al diseño del programa de animación, seguidamente se hizo acopio de todos los atractivos naturales y culturales para integrarlo a la propuesta de actividades que busquen la integración de los visitantes al entorno.

Dicho programa se resume en lo siguiente: Producto turístico (Programa de animación), inventario de atractivos turísticos, componentes del producto turístico, equipamiento e infraestructura necesarios y requerido para este fin, servicios a prestar y finalmente las actividades propias del programa para la cooperativa las sartenejas dos.

Tal como se menciona en el artículo “La animación Sociocultural en áreas rurales” cuesta a veces más organizar las actividades en el sentido de que no siempre se tienen los medios o recursos necesarios, ya sean humanos, infraestructuras, materiales, etc. Es por ello que desde la Animación Sociocultural las acciones deben ir encaminadas a dinamizar la población rural, fortalecer las relaciones entre los individuos y dotar de habilidades necesarias para que hagan uso de los recursos existentes para alcanzar su pleno desarrollo. (Requena, s.f.)

La improvisación, la ausencia de coordinación entre las diferentes intervenciones y, en muchos casos, la falta de formación de los interventores sociales son factores que, entre otros caracterizan la realidad de los procesos de animación de las empresas insipientes en este tema (Martínez, 2018). Por lo que nos damos cuenta que la cooperativa atraviesa este proceso de desconocimiento para la cual existe la solución que es la programación con respecto a los recursos con la cual cuenta.

También hay que resaltar que La “animación sociocultural” tiene en cuenta a la comunidad en una dimensión global e integral, acciona como alternativa de la cultura viva en el trabajo de las comunidades, como un proyecto de intervención para motivar, estimular a los comunitarios y que éstos a su vez, sean capaces de iniciar y auto gestionar su desarrollo (Juana Margarita García Pérez, 2011).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se concluye que la cooperativa es una organización que tiene un gran dinamismo en las manos de sus administradores, que existe un empirismo en sus tareas de administración y diseño de productos turísticos. Pero también se concluye que existen todos los elementos culturales, naturales y humanos para diseñar productos de animación sociocultural. También se concluye que, aunque están dadas las condiciones ya mencionadas se recomienda buscar fuentes de financiamiento ya sea públicos o privados para dotar de mayor infraestructura y mejorar los servicios que se presten.

Así mismo nos damos cuenta que, aunque las condiciones del lugar aún están en construcción, se vuelven necesarias para arrancar el modelo de animación sociocultural a través de una programación de actividades encaminadas a ese fin, para mejorar la experiencia de los visitantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Federación, D. O. (12 de agosto de 2016). *Plan Nacional de Desarrollo 2012 - 2018*. Obtenido de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4989401&fecha=31/05/2007
- Juana Margarita García Pérez, E. L. (marzo de 2011). *La Animación Sociocultural como alternativa para proyectos*. Obtenido de www.eumed.net/rev/cccss/11/
- Martínez, D. X. (3 de abril de 2018). *Los programas de animación sociocultural*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/236462740_Los_programas_de_animacion_soc_iocultural
- Requena, M. d. (s.f.). *La animación sociocultural en el medio rural*. Obtenido de <http://quadernsanimacio.net/ANTERIORES/catorce/mediorural.pdf>

JOMISKA, PROPUESTA DE UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA LA PRESERVACIÓN DE LA LENGUA INDÍGENA OTOMÍ

Hernández Nieto Leidy Ivvet⁵⁷, Lucario Cruz Miriam, Torres Valdez Karina

Palabras clave: aplicación móvil, indígena, lengua, otomí, ideología.

Introducción. En el estado de Hidalgo existe un total de población indígena de 575,161 equivalente a un 32.4% de la población total del Estado (CDI, 2010).

En base a estos datos es de gran consideración notar que 90,802 personas indígenas mayores de 15 años son analfabetas es decir que no saben leer y escribir, lo que es equivalente a un 23.3% de la población total indígena (INEGI, 2010).

De esta forma se identifica que el principal factor de riesgo para esta población es la disminución o pérdida total de la práctica de la lengua Indígena Otomí. A lo que Jomiska surge como una propuesta de una herramienta tecnológica educativa que apoya al conocimiento y preservación de la lengua indígena otomí, mediante la traducción de palabras del idioma español a la lengua otomí y viceversa.

Ayudando a la fluidez del habla otomí para facilitar la interrelación lingüística y la interpretación del idioma, de una forma dinámica e interactiva mediante herramientas de traducción visual y auditiva para niños a nivel primaria.

Por esta razón se tiene como principal objetivo fomentar y preservar las lenguas indígenas mediante la innovación tecnológica para permitir el acceso a la información a pueblos indígenas.

Antecedente Bibliográfico:

El 18 de diciembre de 2009 en México se implementó el Programas Albergues escolares Indígenas que tiene como principal objetivo apoyar la permanencia en la educación de niñas, niños y jóvenes indígenas inscritos en escuelas públicas, priorizando aquellos que no cuentan con opciones educativas en su comunidad (Menes Ilaguno, J. M. ,2013). La cual se ha adhirió en el estado de Hidalgo en febrero 2017.

Analizando el contexto que engloba el proyecto Jomiska se toma a consideración la Población Indígena Total de México contando 7 millones 382 mil 785 de población total indígena que, desde los 3 años, hablan alguna lengua indígena, las más habladas son: Náhuatl, Maya y Tzeltal (INEGI, 2010). Se toma a gran consideración la Lengua Otomí del país ya que con ella se programarán las palabras dentro del diccionario constatando que en México se cuenta con 284 992 personas que hablan la lengua Otomí (INEGI, 2010).

Hidalgo que tiene una población total de 2, 665,018 de la cual 575, 161 son indígenas, identificando que existe una población de lengua Otomí de 115 mil 869 (INEGI, 2010).

Dentro de un contexto Tecnológico se analiza que en México existe una red de Telecomunicaciones Indígenas Comunitarias, que es un servicio, administrado por y para las comunidades indígenas.

El propósito de este proyecto, se espera que en vez de buscar ganancias económicas el objetivo sea estar al servicio de los pueblos, fomentando el acceso a internet de las comunidades, aportando a sus dinámicas, procesos y al pleno ejercicio de sus derechos.

En las fuentes de ingreso identificadas a la población indígena se consideran que su principal trabajo es (mostrado en forma porcentual en relación a toda la población indígena que tiene una posición de trabajo): el oficio de empleados u obreros (37.7%), trabajadores por su cuenta (28.7%) y desempeñando labores del campo y como jornaleros o peones (11.5%) como se muestra en la figura 1.

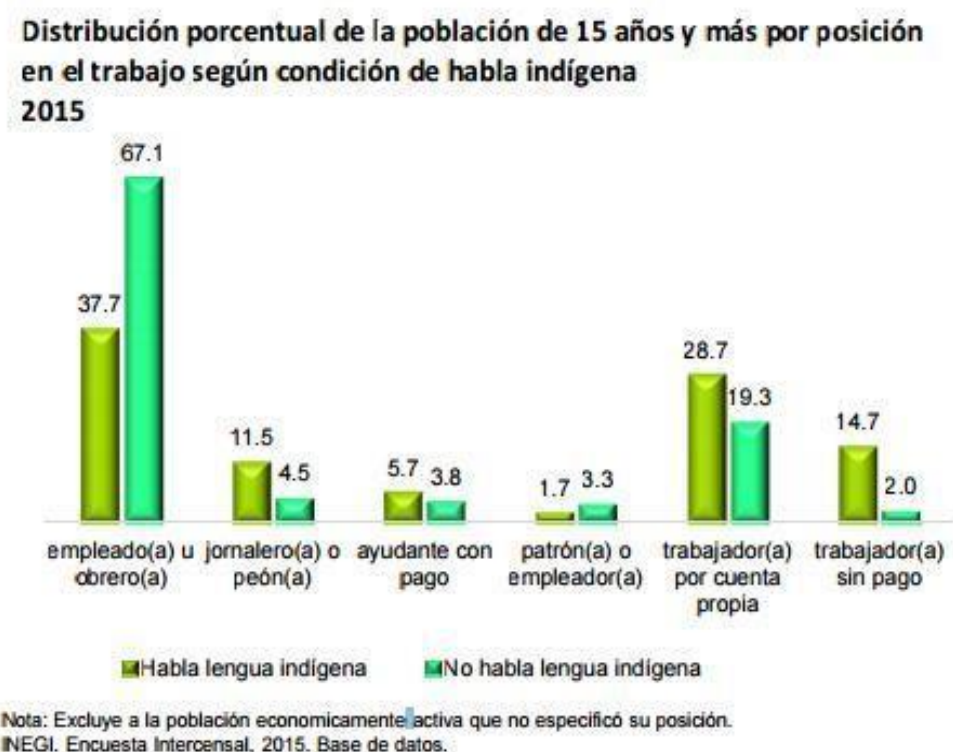


Ilustración 2 Distribución de la Posición de Trabajo (INEGI, 2015)

METODOLOGÍA

Cualitativa

Es aquella que se basa en la obtención de datos en principios no cuantificables, basados en la observación. Por lo que es la más adecuada para el proyecto Jomiska debido a que la obtención de nuestros resultados concluyo en un análisis así como la misma observación para un estudio más eficiente del fenómeno.

Metodología del focus group

Consiste en recolectar información necesaria para una investigación, se fundamenta en reunir a un pequeño grupo de personas (generalmente de 6 a 12 personas) con el fin de entrevistarlas y generar una discusión en torno a un producto, servicio, idea, publicidad, etc.

Pasos

1. Se definió el objetivo y planteamiento de la aplicación.
2. Formulación de preguntas
3. Buscar el lugar adecuado para la realización de las preguntas y los participantes.
4. Seleccionar a las personas adecuadas para la aplicación de las preguntas
5. Documentar la información obtenida
6. Realizar el vaciado de la información
7. Presentación de la información obtenida

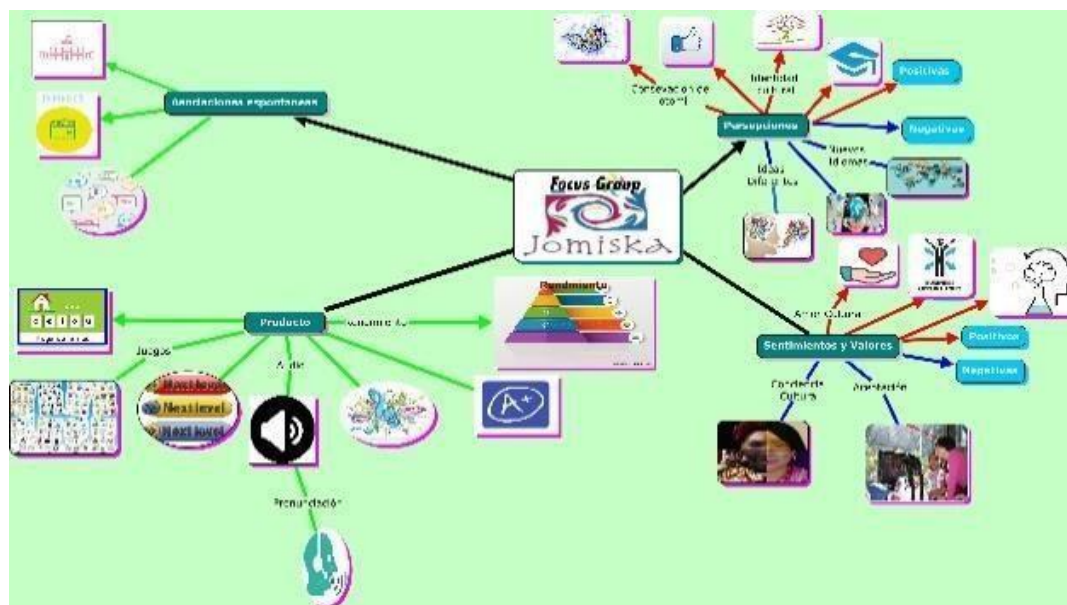
Metodología a Implementar al Desarrollo del Software

Para el desarrollo del Software se tiene como proceso a seguir el siguiente:

1. El método utilizado para el software se denomina Scrom el cual permite asignar pequeñas tareas a los desarrolladores del Software.
2. Identificar las herramientas que se ocuparan para la elaboración de la aplicación:
 - Android Studio
 - GIMP
 - Adobe Flash Player
 - Adobe Audition
3. Posteriormente se indaga la investigación de las palabras para el diccionario de palabras Otomíes.

Jomiska desarrolla actividades que permiten al usuario comprender el significado de las palabras de la lengua otomí, generando interés al usuario, mediante el traductor visual y auditivo de la lengua indígena otomí al idioma español y viceversa. Facilitando la interrelación lingüística y la interpretación del idioma, de una forma dinámica e interactiva mediante herramientas de interfaz visual y auditiva.

En la que todos los participantes de esta actividad concordaron que este proyecto cumple con sus expectativas como padres de familia ya que este tipo de proyectos acercan a que sus hijos conozcan y practiquen esta lengua materna y el aspecto lingüístico-cultura. Como se muestra en el siguiente gráfico.



Con base en los datos recopilados en los aspectos mercadológicos, sociales y técnicos se puede determinar que el proyecto cumple con el margen de viabilidad del proyecto.

175

Dentro de los resultados obtenidos por el focus group se concluyó que el software además de ser una herramienta que ayudaría al fomento del conocimiento de las lenguas Indígenas a los niños de nivel primaria, brindaría una opción de preservación de la lengua Indígena Otomí.

Jomiska brinda a la población indígena una aplicación que traduce el lenguaje otomí a español permitiendo interactuar con personas distintas a su cultura, eliminando la alfabetización y promoviendo un desarrollo en los pueblos indígenas.

Referencias

- CDI. (2010). CDI. Obtenido de CDI: http://www.cdi.gob.mx/pnud/memoria_taller_indicadores_hidalgo_2010.
- Gutiérrez Herrera, L. (2008). *Economía territorial del Estado de Hidalgo sus municipios y regiones*. México: botello.
- INEGI. (14 de marzo de 2010). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, 2016. Obtenido de Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, 2010: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/saladeprensa/>
- INEGI. (2015). INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GEOGRAFIA. Obtenido de <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/habitantes.aspx?tema=P>
- Menes Ilaguno, J. M. (2013). *Hidalgo, historia de una tierra que se renueva*. México: Porrúa.
- Semenov, A. (2005). *Las tecnologías de la información y la comunicación en la enseñanza*. París, Francia: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001390/139028s.pdf>.
- Torres Campos, G. (2010). *Juntos construimos un mejor Hidalgo*. México: Hidalgo. Torres Campos, G. (2010). *Juntos construimos un mejor Hidalgo*. México: Hidalgo.

EDUCACIÓN EN EL CONSUMO INFORMADO DEL PULQUE PARA EL MARIDAJE CON ALIMENTOS LOCALES DEL VALLE DEL MEZQUITAL

L.G. Itzhel Briseida Rebolledo Hernández⁵⁸, L.G. Luis Alberto López Cervantes⁵⁹

Palabras clave: Cata, Pulque, Maridaje.

INTRODUCCIÓN

El pulque es una bebida del centro de México originada por la fermentación del agave o maguey y producida en el medio rural desde antes de la conquista. (Bautista González, 2011) Investigadores modernos comentan en la actualidad que el maguey es la planta providencial para el indio otomí del valle del mezquital, en el estado de Hidalgo. (García Rivas, 2015)

México se ha caracterizado por ser un país rico en cultura. Nuestros antepasados nos han legado diversas tradiciones, costumbres, creencias de las cuales algunas se llevan a cabo hoy en día. Un ejemplo de esto es el consumo del pulque el cual ha tenido una gran importancia dentro de la historia en nuestro país. Fue durante mucho tiempo parte de la dieta básica de los mexicanos y ha sido elogiado su valor nutricional, en combinación con el maíz, el chile y el frijol (Corcuera de Mancera, 1991).

Ernest Sánchez Santiró analiza simultáneamente la producción, la distribución, el consumo y la fiscalidad del pulque entre el periodo tardocolonial y los primeros años de la república federal. Sánchez Santiró anota que el consumo de pulque se extendió rápidamente entre amplios sectores de la población urbana durante la colonia, hecho que influyó en la decisión de las autoridades fiscales de gravar la bebida con impuestos indirectos de manera consistente a lo largo del periodo. Las pugnas entre autoridad siempre interesada en maximizar los ingresos fiscales del pulque, que, aunque reducidos eran muy líquidos y fácilmente recaudables, y los productores y vendedores de la bebida, que incluso recurrieron a la adulteración o a la adición de sustancias para prolongar la fermentación del pulque. (Bautista González, 2011)

Planteamiento del problema.

A través del tiempo el pulque ha sido una bebida criticada y rezagada tanto en producción como en consumo.

A pesar de que el pulque es consumido por todo tipo de gente, la mayoría pertenece al sector socioeconómico bajo. Esto se debe principalmente porque a partir de los años 20 se lanzaron campañas antialcohólicas, subrayando su condición inmunda, se designó como “embrutecedor”, “antihigiénico” y “causa de degeneración”; catalogándolo así mismo como una bebida de las clases bajas (Corcuera de Mancera, 1991)

⁵⁸ Programa Educativo de Gastronomía Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital – Unidad Académica de Tezontepec. irebolledo@utvm.edu.mx. /

⁵⁹ Programa Educativo de Gastronomía Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital.

Justificación: La falta de difusión informativa acerca del pulque es una razón significativa por el cual el mal prestigio del pulque prevalece, aunado de la preocupación de la escasa difusión del consumo del pulque en el sector gastronómico como bebida de acompañamiento, el cual ha sido remplazado por muchos otros tipos de bebidas, ocasionado la casi desaparición de la producción y consumo de pulque que solo se conserva como tradición.

El pulque es habitualmente producido por algunos individuos y vendido al resto de la comunidad; sin embargo, muchas familias tienen algunos magueyes y producen cantidades pequeñas de la bebida para el autoconsumo. (Anderson, Calvo, Serrano, & Payne, 2009)

Es importante desarrollar estrategias para promoción del consumo de pulque a través del sector gastronómico.

Objetivo: Educar a los potenciales consumidores de pulque acerca de las características organolépticas del mismo, a través de la cata guiada, con la finalidad de maridar con alimentos locales del valle del mezquital.

METODOLOGÍA

El enfoque cualitativo nos permite utilizar la recolección de datos para afinar las preguntas de investigación de forma narrativa donde se exponen los resultados con todo detalle. (Hernández Sampieri, Fernández Collardo , & Baptista Lucio , 2014)

Maridaje

Como menciona (Gil de Antuñano, 2004), “Maridar consiste en casar un plato y un vino de manera que, juntos, nos den aún más placer que por separado”, dicho concepto se cierra al consumo del vino, más sin embargo se considera que puede realizarse con cualquier otra bebida, el pulque al ser una bebida ancestral mexicana tiene características que lo ponen en competencia con el mejor vino del mundo, lo que se requiere es información acerca de su origen, elaboración, consumo y maridaje.

Al realizar esta prueba organoléptica de las variedades de pulque se propone realizar el maridaje como se describe en las tablas.

Identificación de las características organolépticas del pulque

Con la finalidad de identificar las diferencias entre dos tipos de pulque, se realizó una cata guiada a través del instrumento “CATA DE PULQUE 001”, dicha cata fue desarrollada por la L.G. Itzel Briseida Rebolledo Hernández y el L.G. Luis Alberto López Cervantes.

La cata se elaboró con la ayuda de tlachiqueros originarios del valle del mezquital, específicamente del municipio de alfajayucan, teniendo como diferencia más notoria, el tiempo de renuevo de sus productos, arrojando los siguientes resultados:

Productor numero 1 Nombre: Marcelino Martínez Ortega Lugar de Origen: San Francisco, Alfajayucan, Hidalgo		Variedad de Maguey empleada en la elaboración del pulque: Xamini, Penca Larga o Maguey Manso. Días de renuevo: 3 días Tiempo de fermentación aproximado: 4 horas	
	Datos Organolépticos	Catador 1	Catador 2
Visual	Color	Blanco amarillento	Amarillento ligero
	Limpidez	Sedimentos Opaco ligero	Presencia de sedimentos, opaco
	Impresión	Expresivo generoso	Intenso, Generoso, Elegante
Olfativa	Calidad de aromas	Afrutado cítrico	Aromas cítricos a kiwi, fresas
	Persistencia	Persistente	Muy persistente
Gustativa	Temperatura	Templado	Templado
	Calidad	Franco	Franco
	Sabor	Acido	Fresco Acido
	Retrogusto	Dulces con equilibrio	Aguanoso, dulce
	Textura	Astringencia	Efervescencia perceptible
	Persistencia	Persistente	Persistente
Nota de Cata: Pulque amarillento ligeramente perceptible, opaco ligero, expresivo, intenso generoso, elegante aromas afrutados a kiwi y fresas con temperatura templada y franca. Sabor dulce claro perceptible y equilibrado, textura efervescente ligeramente perceptible y con persistencia.			
Nombre del platillo: Mousse de queso con xoconostle y frutos cítricos Descripción Mousse de queso, con gelificación de xoconostle, tierra de mantequilla, acompañado de frutos cítricos.			
Propuesta de Maridaje: Con un pulque que tiene menos de 3 días de renuevo donde los sabores son más dulces con aromas a cítricos, se considera un maridaje de acompañamiento donde los sabores se unifiquen e intensifiquen entre sí, utilizando sabores agrídulces con la incorporación de xoconostle y un mousse de queso con tierra de mantequilla.			

Tabla de recolección de datos del pulque 001, Rebolledo Itzhel, 2018

Productor número 2 Nombre: Juventino Carrichi Hernández Lugar de Origen: Zapote, Alfajayucan, Hidalgo		Variedad de Maguey empleada en la elaboración del pulque: Xamini, Penca Larga Días de renuevo: 4 días Tiempo de fermentación aproximado: 4 horas	
	Datos Organolépticos	Catador 1	Catador 2
Visual	Color	Amarillento	Amarillento claramente
	Limpidez	Sedimentos Opaco ligero	Presencia de sedimentos, opaco y espumoso
	Impresión	Expresivo generoso	Intenso, Generoso, Agradable
Olfativa	Calidad de aromas	Afrutado dulce	Aromas dulces a banana madura
	Persistencia	Persistente	Muy persistente
Gustativa	Temperatura	Fresca	Fresca
	Calidad	Acuoso	Acuoso
	Sabor	Dulce	Dulce perceptible
	Retrogusto	Equilibrio	Equilibrado
	Textura	Astringencia, cremoso	Cremoso, con efervescencia ligera
	Persistencia	Persistente	Persistente
Nota de Cata: pulque amarillento ligeramente perceptible, opaco ligero, expresivo, intenso generoso, elegante aromas afrutados a kiwi y fresas con temperatura templada y franca. Sabor dulce claro perceptible y equilibrado, textura efervescente ligeramente perceptible y con persistencia. (Pulque equilibrado, cremoso y con sabores agradables)			
Nombre del platillo: Tapa de cerdo al cacahuete picante y lácteo fresco con verdolagas orgánicas Descripción: Chapata fermentada con pulque, aromatizada con aceite de oliva, con lomo de cerdo rostizado con una salsa de chiles secos, cacahuates y especias, acompañado con queso fresco de vaca y verdolagas frescas.			
Propuesta de Maridaje: Pulque de renuevo prolongado de más de 3 días con sabores ligeramente dulces, con una presencia de alcohol más elevada, aromas a frutos maduros como plátano, se considera un maridaje de contraste donde se utilicen sabores salados, ácidos, con presencia de sensaciones picantes, que con la combinación del pulque nos permita la identificación de los sabores presentes en el platillo y a su vez la identificación de sabores poco perceptibles del pulque, haciendo de esta unión una mezcla de sabores en boca, que nos desarrolla un impacto en diversidad pero de manera agradable			

Tabla de recolección de datos del pulque 002, Rebolledo Itzhel, 2018

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se aplicó el instrumento para el análisis sensorial de pulque, las cuales fueron de dos diferentes productores de pulque (tlachiqueros), elaborados de las variedades de maguey (xamini y penca larga), en estados de renuevo desigual.

Factores que influyeron en el resultado final de la bebida y que determinan las características organolépticas. Se reconocieron las variedades de Pulque; Productor número 1: pulque afrutado, fresco y ligeramente dulce, se propone de maridaje: postre mousse de queso con xoconostle y frutos cítricos.

Pulque del productor número 2: se caracterizó seco, afrutado y madurado en comparación al anterior, el cual se propone de maridaje: tapa de cerdo al cacahuete picante y lácteo fresco con verdolagas orgánicas. La propuesta de maridaje se hizo acorde a los elementos que pueden acompañar o contrastar en armonía y equilibrio, para incrementar la experiencia sensorial en el comensal.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El análisis sensorial es un instrumento, que se aplica a través de la cata guiada, que nos permitirá educar a los potenciales consumidores de pulque y poder reconocer de forma sencilla y practica las características organolépticas de las bebidas de pulque, con la finalidad de reconocerlas para así proponer el maridaje adecuado con alimentos locales tales como xoconostle y verdolagas, por mencionar algunos de los más destacados en la elaboración de platillos de autor del valle del mezquital.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Anderson, R. K., Calvo, J., Serrano, G., & Payne, G. C. (2009). Estudio del estado de nutrición y los hábitos alimentarios de comunidades otomíes en el Valle del. *Salud Pública de México*, 657-674.
- Bautista González, M. A. (2011). Reseña de "Cruda realidad. Producción, consumo y fiscalidad de las bebidas en México y América. *Revista de Investigación Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora*, 306-312.
- Corcuera de Mancera, S. (1991). *El fraile, el indio y el pulque: Evangelización y embriaguez en la Nueva España*. México: FONDO DE CULTURA ECONÓMICA (FCE).
- García Rivas, H. (2015). *Cocina prehispánica mexicana. La comida de los antiguos mexicanos*. Mexico, D.F.: Panorama.
- Gil de Antuñano, M. J. (2004). *Platos y Vinos EL DIFÍCIL ARTE DEL MARIDAJE*. Madrid: Alianza Editrial, S.A.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collardo , C., & Baptista Lucio , M. (2014). *metodología de la Investigación*. Mexico. D.F.: McGrawHill.

PERFIL Y GRADO DE SATISFACCION DEL VISITANTE DE NATURALEZA. AREA DE PROTECCION DE FLORA Y FAUNA DE LA SIERRA DE QUILA, JALISCO

Flores Ibarra Ana María, Borbón Alvarado Fabiola, Zepeda Arce Alfonso⁶⁰

Palabras clave. Visita pública, turistas, atractivos turísticos, área protegida.

RESUMEN

De acuerdo Conanp (2007), la creciente visitación turístico-recreativa a las Áreas Naturales Protegidas (ANP) es una realidad mundial, reconociéndolo en diversas convenciones y declaraciones como una oportunidad de desarrollo sustentable.

El turismo de naturaleza es una de las modalidades que más auge ha cobrado en la literatura científica del turismo, a raíz de la expansión de las vertientes del ecoturismo y el turismo de aventura, ligados a formas sustentables de llevar a cabo esta actividad (Puhakk, 2008), por lo que resulta importante su estudio y caracterización que permitan comprender mejor las razones de visita y el uso que hacen del lugar los visitantes.

En los últimos años se ha registrado un aumento significativo en el número de visitantes a los diferentes parajes y sitios considerados como atractivos naturales y culturales en sierra de Quila, Jalisco, en este contexto, se aplicó investigación de carácter descriptiva, con la utilización de encuestas para obtener información del área, identificando: los motivos principales de visita, el perfil demográfico, el nivel de satisfacción del visitante, los servicios que demanda, la disposición a recomendar el destino y su intención de volver.

A partir de la información obtenida, es posible orientar la oferta de los servicios, generando la mejora continua del destino, así como, implementar acciones de manejo y control de la visita pública en la zona.

Se calcula que anualmente las Áreas Naturales Protegidas (ANP) federales de México reciben más de 2,435,743 de visitantes⁷³. Este estimado se basa en el cobro de derechos (cobro de entrada) realizado en 60 ANP, de las 182 existentes en el país. Considerando este dato es válido suponer que la visitación de turistas o recreacionistas es mucho mayor. Aun cuando se tiene un estimado o registro de número de visitantes, no se cuenta con información que pueda ayudar a determinar un perfil del visitante y se desconoce el nivel de satisfacción de estos hacia los servicios adquiridos y de las actividades turísticas, recreativas y educativas desarrolladas durante su estancia.

En este sentido, en la gran mayoría de las ANP se tiene un vacío de información sobre el visitante y de las actividades que realizan durante su estancia, debido a la falta de un mecanismo para evaluar la satisfacción del mismo, aunque la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) ha invertido montos importantes de recursos en estudios, capacitación e infraestructura relacionados con el turismo y la recreación.

Considerando estos puntos, en el año 2015 el área de protección de flora y fauna de la sierra de Quila se une a la propuesta de la realización de una encuesta nacional de satisfacción de

⁶⁰ Centro universitario de la costa sur. Universidad de Guadalajara. anaflores@cucsur.udg.mx

⁷³ Datos del 2014.

visitantes en áreas naturales, donde se buscaba responder a estas debilidades o vacíos para fortalecer la información disponible para con los datos obtenidos y poder establecer líneas estratégicas de manejo relacionadas al uso público en las ANP. Los resultados se integraron a los del proyecto de investigación de la evaluación de la potencialidad ecoturística de la sierra de Quila y su zona de influencia.

La metodología utilizada en el estudio fue de tipo descriptiva, aplicando como instrumento de investigación una encuesta diseñada en el idioma español e inglés dirigida a visitantes la cual fue basada en la experiencia de diversas encuestas aplicadas (por diferentes actores) en áreas protegidas de México y Brasil elaborada por el grupo de asesores en Ecoturismo Genuino, S.C., de las cuales se aplicaron un total de 317 a personas que acudieron a sierra de Quila en semana santa (epoca del año con mayor visitación, según registros internos de la administración del área), para la aplicación de las encuesta se utilizaron dispositivos móviles (celulares y tablet) debido a que la encuesta fue realizada en una plataforma de captura de información vía aplicación móvil para ser usada como la herramienta de captura y sistematización de la información.

Se contó con la ayuda de los estudiantes de la licenciatura en turismo del centro universitario de la costa sur como encuestadores. Se hizo el concentrado y el envío de la encuesta al equipo base de Ecoturismo Genuino para junto con el personal del área de educación ambiental de sierra de Quila para que realizaran el resumen de resultados y el análisis preliminar de los datos.

LOS RESULTADOS QUE SE OBTUVIERON FUERON LOS SIGUIENTES:

En cuanto al perfil del visitante se identificó que el 98% son de nacionalidad mexicana, es un visitante local provenientes principalmente del estado de Jalisco, recreacionista y familiar, con una planificación de viaje corto, con un promedio de 35 años, el nivel educativo se concentra en medio superior y superior, con un promedio de gasto entre \$1,000-5,000 MNX., las motivaciones para visitar el área es el de conocer los recursos naturales (cascadas, miradores y sitios de campismo) y desarrollar alguna actividad al aire libre (caminatas, senderismo y observación de paisajes) y la forma de cómo se enteró del lugar fue por medio de familiares y amigos.

En lo referente a la satisfacción el 80% mostraron un buen grado de satisfacción general de su visita al área, aunado a la idea de que les gustaría regresar y están dispuestos a recomendar el sitio a familiares y amigos.

CONCLUSIONES

- La demanda predominante de visitación al área natural protegida de sierra de Quila, es de índole nacional.
- El perfil socio-económico del visitante se puede considerar clase media.
- Es un visitante más recreacional y familiar y su estancia es relativamente corta.
- Disfruta de los recursos naturales y se siente cómodo al visitar el área.
- La mayoría de los visitantes no utilizan las tecnologías de la información (redes sociales y plataformas virtuales) para informarse sobre el lugar a visitar.
- No se genera una derrama económica con la visitación, debido a que en el área se carece de servicios turísticos.

- Ante el incremento de visitantes el área requiere dentro de su programa de manejo un plan de visita publica con acciones de educación e interpretación ambiental que ayude a sensibilizar y concientizar a los visitantes sobre la importancia de conservación de los recursos naturales y minimice los impactos que se generan en las zonas de uso público.
- El ANP de sierra de Quila puede ser considerado un sitio para impulsar el desarrollo de actividades ecoturísticas y de turismo rural y con ello poder generar ingresos para la conservación y el desarrollo sustentable de las comunidades aledañas al área al aprovechar las temporadas de mayor visitación al sitio.

REFERENCIAS

Boullón, R. (2003) Ecoturismo y sistemas naturales urbanos. Ediciones Turísticas, Buenos Aires. Tercera Edición

Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, Cobro de derechos y Áreas naturales protegidas en México. Consultado en marzo de 2018, disponible en <https://www.gob.mx/conanp/acciones-y-programas/ingresos-excedentes-porcobro-de-derechos>.

García, M. O., Maass, S. F., O, I. L. R. de la, Bernal, G. N., Monteros, G. N. E. de los, & Regil, H. H. (2011). El visitante del Parque Nacional Nevado de Toluca, México. Análisis del comportamiento en un área natural protegida. Investigaciones Geográficas, Boletín Del Instituto de Geografía, UNAM.

http://sig.conanp.gob.mx/website/pagsig/datos_anp.htm

http://www.conanp.gob.mx/pdf_publicaciones/Turismopags-individuales.pdf

Huerta García Marco Antonio, S. C. (2011). Evaluación del potencial ecoturístico en áreas naturales protegidas del municipio de Santa María Huatulco, México. Cuadernos de Turismo, 20.

Osorio García Maribel, M. A. (2017). Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. Pasos, 1-17. Puhakka, R. (2008), "Increasing role of tourism in Finnish national parks", Fennia, vol. 186, no. 1, Helsinki, pp. 47-58

Roman, Brenda, & Nahuelhual, Laura. (2009). public and private protected areas in Southern Chile: a visitor's profile. Estudios y perspectivas en turismo, 18(4), 490-507. Recuperado en 02 de abril de 2018, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S185117322009000400008&lng=es&tlng=en.

Vargas Ulate, Gilbert, TURISMO Y ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS EN COSTA RICA: ENFRENTAMIENTO O CONCERTACIÓN. Revista de Ciencias Sociales (Cr) [en línea] 2009, I-II (Sin mes): [Fecha de consulta: 24 de abril de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15313756004>> ISSN 0482-5276

POLÍTICAS PÚBLICAS, TURISMO Y TRADICIONES, UN ACERCAMIENTO AL CASO PARTICULAR DEL XANTOLO, EN LA COMUNIDAD DE SAN VICENTE TANCUAYALAB, S.L.P.

*Aguilar Leyva Elvira, Morales Pineda Dulce Guadalupe, Dr. Cesar Javier Galván
Meza*

Palabras claves: Políticas públicas, Xantolo, Globalización, Cultura.

Introducción.

Antecedentes. Las políticas públicas turísticas se refieren a una cadena de regularidades que se deben de tomar en cuenta al momento de dar a conocer un destino turístico, con el objetivo de visualizar hacia dónde y hasta donde se pretende que crezca el destino. Estas muestran como finalidad regular los posibles impactos que se pudieran presentar al interior de la estructura socio-cultural, económica y ambiental de una región donde pueda desarrollarse el turismo como actividad dinamizadora de desarrollo local.

El turismo ha surgido como una alternativa para todos aquellos que han promovido sus tradiciones como el atractivo turístico, sobre el cual pueden complementarse los paisajes escénicos de las comunidades rurales, sin embargo, es necesario que al interior de la planeación para el desarrollo de esta actividad económica, se puedan observar de cerca las políticas públicas diseñadas para el desarrollo local a partir del dinamismo del turismo, teniendo como eje la idea del desarrollo endógeno que puede estar sustentado desde las tradiciones de los pueblos.

Objetivo:

Analizar las políticas públicas diseñadas para el desarrollo local a partir del desarrollo del turismo rural y cultural como actividad económica en el municipio de San Vicente Tancuayalab, S.L.P.

Objetivo específico:

Profundizar el estudio en la observación del fomento de la tradición del *Xantolo*, y la preservación de la esencia de la tradición, para reducir los posibles impactos que pueda generar el turismo sobre esta tradición.

Metodología:

Para este documento el método o la forma de acercarnos al problema de la investigación fue de carácter cualitativo en el cual se obtuvo un acercamiento etnográfico, toda vez que este tipo de investigación nos presenta una perspectiva teórica para el estudio socio antropológico, que pretendemos acercar. Las herramientas metodológicas que utilizamos fueron: observación participante, entrevistas con informantes claves, entrevistas semi estructuradas, y así como la recopilación de datos históricos.

Resultados y discusión:

La comercialización de una tradición, sin una adecuada articulación con los elementos locales, puede generar una serie de visibles afectaciones en la esencia de su expresión cultural. En el

poblado de San Vicente, comunidad situada en la huasteca potosina los jóvenes no viven la tradición del Xantolo con la misma efervescencia, que las generaciones más longevas.

Con la llegada de turistas se ha desdibujado la forma en cómo se celebra la tradición, ahora el objetivo se centra en que el turismo visite el pueblo a vivir esta fiesta, sin embargo, la desarticulación entre la política pública para reducir la brecha de pobreza y marginación social, con la demanda local de desarrollo, ha profundizado la idea de comercialización de dicha tradición, que por una parte, no permite que se aprecie la autenticidad que le dio origen y por otra que se pierda dicha autenticidad entre los jóvenes, con lo cual se diluye la cultura local.

Sin embargo, este crecimiento turístico representa riesgos para las comunidades como para el turista. De acuerdo con Rifai: *“El crecimiento del turismo no es el enemigo, sino la gestión insostenible”* OMT (2017). Vale la pena preguntarse ¿si el punto es concientizar al turista para preservar las tradiciones?, o ¿diseñar la política pública de manera articulada con las localidades para preservar su tradición y bosquejar la sostenibilidad local?

En San Vicente Tancuayalab, se podría preguntar: ¿Cómo se podrían articular los elementos locales con los intereses externos para regular los métodos necesarios en la elaboración de política pública capaz de preservar la tradición?

Un ejemplo sobre la articulación adecuada entre política pública y preservación, ocurre en España, específicamente en Girona, sobre la catedral de Santa María de Girona de la inmaculada concepción de Cuenca, donde realizan año con año una valoración turística en la cual pueden observar diferentes factores como la conservación, mantenimiento adecuado, promoción y la esencia que se desea mostrar, señalación, información y seguridad del lugar, elementos que toman en cuenta para realizar una valoración y estar actualizando las políticas, orientadas al uso sostenible del destino.

Problemática:

La falta de valoración y actualización hacia las políticas públicas turísticas del municipio, establecidas a la tradición de Xantolo. Muestran como una falta de interés hacia la cultura del municipio, y la ausencia de este mismo en los jóvenes como se desdibuja cada vez más la esencia principal de la tradición.

Conclusiones y recomendaciones:

En cuanto a los resultados obtenidos en la investigación y discusión del tema, podemos rescatar que las políticas públicas aplicadas al turismo, como elemento económico capaz de disuadir la brecha de desigualdad y pobreza, no termina por reducir los problemas sociales y ambientales de los sitios turísticos rurales, consideramos que es necesario conocer el ámbito local con mayor profundidad, para articular el cómo se preserva y como se aprovechará el destino, es por tanto que las políticas públicas turísticas se deben alinear con la sostenibilidad local.

No hay duda que la actividad turística contribuye a la organización para conmemorar las fechas en las que se disfruta la tradición de *Xantolo* en la comunidad, sin embargo, la falta de discusión local de las políticas públicas diluye cada vez más la esencia de la tradición entre los jóvenes.

Finalmente, McKercher (2005), define que el patrimonio y el turismo sufren un conflicto, sin embargo, apela a una productiva combinación (turismo-patrimonio) en beneficio de la gente,

a cargo de unas políticas bien estipuladas. Es así que, se observa que se podría realizar una valoración profunda a los factores que rodean la tradición desde el ámbito local (endógeno), para poder alinear las políticas públicas enfocadas al desarrollo a partir del turismo, y que permita conservar la tradición del *Xantolo*, colocando un equilibrio favorable entre lo social, cultural y económico, en el ámbito de diseñar la sostenibilidad local, teniendo como eje el turismo.

Referencias Bibliográficas

Caraballo Perichi, C. (2011). *Patrimonio cultural. Un enfoque diverso y comprometido*. México D.F. UNESCO.

Figuerola, F. E., Izquierdo, L. R. E., & Parra, D. C. (2017). Intercambio cultural de buenas prácticas mediante la valoración turística del patrimonio religioso entre la Catedral de Santa María de Gerona, España y la Catedral de la Inmaculada Concepción de Cuenca, Ecuador para la gestión de visitantes en pro de la conservación de acuerdo a la realidad de cada sitio. *International journal of scientific management and tourism*, 3(3), 135-156.

Figuerola, F. E., Izquierdo, L. R. E., & Parra, D. C. (2017). Intercambio cultural de buenas prácticas mediante la valoración turística del patrimonio religioso entre la Catedral de Santa María de Gerona, España y la Catedral de la Inmaculada Concepción de Cuenca, Ecuador para la gestión de visitantes en pro de la conservación de acuerdo a la realidad de cada sitio. *International journal of scientific management and tourism*, 3(3), 135-156.

Guerrero Rodriguez, R. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5).

Guzmán, S. M. A., Montero, E. L., & López, R. G. (2017). La importancia de las Políticas públicas en el fomento del Turismo Cultural-Religioso en Guanajuato/The importance of public policies in promoting Cultural-Religious tourism in Guanajuato. *RICSH Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 6(11), 106-127. <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-08-18/turismo-el-crecimiento-no-es-elenemigo-sino-la-gestion-insostenible> consultado el 02 de abril de 2018.

MACLEOD, N. (2006): "Cultural tourism: aspects of authenticity and commodification". En *Cultural tourism in a changing world*, Kay Smith, M; Robinson, M. (Eds.), pp. 177-190. Clevedon, Channel View Publications.

McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.

Neumayer, E., & Spess, L. (2005). Do bilateral investment treaties increase foreign direct investment to developing countries? *World development*, 33(10), 1567-1585.

EL TURISMO COMUNITARIO: UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO

Cigarroa Ventura Miriam Beatriz, Cuervo Tinjaca Angélica, Guerrero Sol Víctor Manuel

Resumen

Actualmente el turismo ha cobrado gran importancia para las economías de los países, por lo que se le llega a considerar como una importante herramienta de desarrollo, de tal manera que desde hace ya varios años se están buscando nuevas formas alternativas de turismo que busquen el desarrollo de ésta actividad de manera sostenible, dando como resultado nuevas formas de turismo, una de ellas, el turismo comunitario.

Palabras Clave: Turismo comunitario (T.C.), comunidad, desarrollo comunitario

Introducción

La actividad turística en ocasiones es vista como una industria sin chimeneas, donde sus impactos negativos repercuten en el medio ambiente y en la sociedad, viéndose beneficiado sólo el aspecto económico de unos pocos bolsillos. Sin embargo, las nuevas tendencias del turismo como el turismo comunitario, han permitido percibir el turismo desde otras dimensiones, siendo estas un poco más solidarias con el entorno, especialmente con las comunidades receptoras.

Al hablar de desarrollo comunitario, nos referimos a procesos globales, integrados y sostenibles de cambio social, protagonizados por la comunidad, organizada en un territorio bien definido, que participa activamente en el aprovechamiento de los recursos locales: humanos, materiales, naturales, financieros y sociales, para la mejora de sus condiciones de vida.

De acuerdo a la OMT (2002) para lograr un desarrollo equilibrado, un modelo de turismo sostenible debe ser concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen.

En ésta mirada, cobra sentido la percepción de Orgaz sobre el turismo comunitario: “El T.C. adquiere especial importancia en destinos subdesarrollados, donde temas relacionados con la generación de riqueza y conservación de los recursos se hacen vitales para la supervivencia de las comunidades locales, tanto en el presente como en el futuro”. (2013, p. 8).

El T.C. es una actividad con un principio humanitario cuyo valor reside en la medida que beneficia a la comunidad en que se desenvuelve, pues aporta a la protección de los recursos naturales y culturales de ésta al tiempo que tiene la capacidad generadora de beneficios económicos y sociales.

Metodología

Revisión teórica: Se llevará a cabo la construcción de un estado del arte a través del aporte de diversos autores sobre el tema turismo comunitario. La información se recopilará a través de libros y artículos sobre temas afines a la investigación.

Investigación transversal: éste cumple con el propósito de describir variables analizando su interrelación en un tiempo o momento determinado.

Resultados

El T.C. ha sido una tendencia de la actividad turística, empleada como estrategia para contribuir a la disminución de desigualdades y problemáticas socio-económicas que viven comunidades con altos índices de pobreza, especialmente en los entornos rurales. Podemos entender el T.C. con las siguientes definiciones:

“El Turismo Rural Comunitario es un medio de mejora del hábitat comunitario pues, muchas veces a razón de él, se dota de infraestructura y servicios (por ejemplo, carreteras, transporte público, servicios básicos y públicos, etc.) a los pueblos contribuyendo así a mejorar el nivel de vida de la población local”. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) (2008, p.5).

“Toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes.” Maldonado (2005).

De acuerdo a las definiciones anteriores, así como a los aportes de diversos autores se considera al T.C. como una herramienta de desarrollo económico en las comunidades, amigable con los habitantes de las mismas (así como con los visitantes), la naturaleza y la cultura, que a su vez trae consigo una serie de ventajas como la conservación de la identidad, del patrimonio, mejora en la calidad de vida, etc., siempre y cuando se cumpla la condición de autogestión por la comunidad misma y además que el lugar goce de los atractivos necesarios para generar flujo de turistas nacionales o internacionales.

Lamentablemente, lo anterior podría llamarse una idealización del T. C., pues sería la forma correcta de llevarlo a cabo y aprovechar todos sus beneficios para el desarrollo de las comunidades rurales e indígenas, sin embargo, también se ha evidenciado a partir de otras investigaciones algunos aspectos negativos que surgen de la mala implementación del mismo, tales como: una fuerte dependencia a aportes financieros para la subsistencia de los proyectos, desigualdad en la distribución de beneficios, falta de empoderamiento y baja viabilidad comercial.

Como evidencia de ello Goodwin y Santilli (2009). En su artículo: Community-Based Tourism a success? Evidencian por medio de una investigación que involucró a proyectos de turismo comunitario de diferentes países del mundo, que existe una dependencia excesiva del dinero

de los donantes, además de una baja ocupación de camas (5%), y una evidente falta de mercado e infraestructura.

Kiss, (2004) por su parte asegura que “muchos de los programas de turismo comunitario tienen una repercusión mínima o nula sobre las prácticas locales de uso de recursos, mejoran sólo modestamente los ingresos familiares y dependen excesivamente de ayudas externas no sólo a corto, sino también a largo plazo, y a veces indefinidamente”. Citado por García (2016).

Específicamente en México, existen antecedentes de comunidades que generan sus propios atractivos o bien se hacen cargo de actividades de donde obtienen ganancias derivadas de la actividad turística, en el caso específico del municipio de solidaridad en el estado de Quintana Roo, por hacer mención de un ejemplo, la comunidad se encargaba en principio de la limpieza de las playas ante la llegada de turistas extranjeros que no encontraban una infraestructura suficiente y por ende, se generaban problemas como la contaminación.

El gobierno detectó que había ingresos fuertes en este municipio por la llegada de visitantes y no tardo en modificar su marco normativo, proponiendo un impuesto grabado al turista que visitaba las playas aledañas al municipio, pero el problema no radica en la innovación al marco regulatorio sino que a partir de la entrada en vigor de esta nueva normatividad, el dinero que antes se repartía a las personas que ayudaban a la limpieza de la zona y que podían ofrecer productos autóctonos de la región, ahora es recaudado por el gobierno e invertido para otros fines.

Chávez, Andrade, Espinoza y Navarro (2010). En un estudio sobre Turismo Comunitario en México, se dieron cuenta que “el turismo es nocivo en lo general, las comunidades lo aceptan por necesidad y ello incrementa su vulnerabilidad; puede llegar a ser una forma nueva de enajenación de sus territorios, depresión de los ecosistemas y aumento de su dependencia, pérdida de su identidad cultural y cohesión social y finalmente puede provocar la transición de lo social o comunitario hacia lo individual”.

Conclusiones

De acuerdo a la revisión teórica el T.C. constituye una verdadera opción de desarrollo ya que concibe al turismo más que un negocio, como una forma de bienestar social. Sin embargo, el turismo comunitario debe orientarse con criterios de beneficio económico para la comunidad local, protegiendo la naturaleza, las relaciones sociales y la cultura.

Es estrictamente necesario dejar a un lado la percepción monetaria del turismo y tomarlo como una forma de establecer relaciones sociales teniendo como base la comunidad receptora, lo que permitirá una nueva metodología en la práctica del turismo.

Por último, es importante destacar que, a diferencia de otras formas alternativas del turismo, tales como el turismo rural, el ecoturismo, etc. Por turismo comunitario nos referimos no al objeto de éste como actividad turística, sino a la forma en que se organiza la actividad (Ruiz y Solís, 2007, p. 13) y de ahí su importancia para el desarrollo de las comunidades.

Referencias

- Chávez, R., Andrade, E., Espinoza, R., y Navarro, M. (2010). Turismo comunitario en México Distintas visiones ante problemas comunes. Consultado el 10 de febrero de 2018 de: <http://www.cuc.udg.mx/sites/default/files/publicaciones/2010%20-%20Turismo%20comunitario%20en%20M%C3%A9xico%20-%20interiores.pdf>
- García, C. (2016). Turismo Comunitario en Ecuador: ¿QUO VADIS? Estudios y Perspectivas en Turismo. 26 (1). Pp 597 – 614. Consultado el 2 de febrero de 2018 de: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v25n4/v25n4a11.pdf>
- Goodwin y Santilli (2009). Community-Based Tourism: a success? Consultado el 8 de febrero de 2018 de: <http://www.haroldgoodwin.info/uploads/CBTaSuccessPubpdf.pdf>
- Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario OIT. Consultado el 2 de febrero de 2018 en: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/05/202-pautas-metodolc3b3gicas-para-el-anc3a1lisis-de-experiencias-de-turismo-comunitario.pdf>
- Ministerio de Exterior y Turismo (2008). Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario. Consultado el 10 de junio de 2017 de <http://legacy.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/Documentos%20varios%20%20Andina/Programa%20Nacional%20de%20Turismo%20Comunitario%20-%20Per%C3%BA.pdf>
- Orgaz Agüera, F. (2013). El Turismo Comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. Recuperado de http://dx.doi.org/10.5209/rev_NOMA.2013.v38.42908
- Ruiz Ballesteros, E. y Solís Carrión, D. (2007). Turismo Comunitario en Ecuador Desarrollo y Sostenibilidad Social. Quito, Ecuador: Abya – Yala.

MEZCAL TRADICIONAL, PRODUCTO CON IDENTIDAD LOCAL SUSCEPTIBLE PARA UN APROVECHAMIENTO CULTURAL A TRAVÉS DEL TURISMO RURAL EN MICHOACÁN

Rogelia Torres Villa⁶¹, Esteban Barragán López⁶²

Palabras clave: Mezcal, identidad, rural

Objetivo: Plantear una propuesta de integración local del Mezcal como producto dentro de una ruta turística que favorezca la inclusión de la comunidad en las actividades culturales y comerciales de la región.

Introducción

Los productos naturales y culturales de México, resignificados y transmitidos de generación en generación, se expresan en la múltiple variedad de alimentos y bebidas tradicionales, las cuales representan el esfuerzo, el trabajo, las habilidades y conocimientos de campesinos, procesadores, cocineras, cocineros y chef, quienes salvaguardan el patrimonio vivo y una herencia cultural única en cada región del país.

El valor de bebidas artesanales como el mezcal es múltiple y ha venido en aumento, derivado de su calidad sensorial y simbólica, y explica por qué esta bebida ha venido ganando terreno en el paladar de los mexicanos, quienes han ido descubriendo una bebida no sólo diferente y rica en sabor, sino también en calidad y autenticidad; sobre todo, sustentada en una gran tradición cultural localizada en regiones de origen claras, pero a la vez ocultas por temor al perjuicio que algunas instituciones les pudieran ocasionar.

Los productos tradicionales como el mezcal abren la vía hacia nuevas formas de considerar el desarrollo territorial: plural, respetuoso de las condiciones naturales y culturales específicas de cada región, con capacidad de irse integrando en un mercado global, combinando innovación y tradición. En un proceso así, el turismo sustentable se vislumbra como una opción de desarrollo a través de la integración de rutas turísticas alimentarias, cuya base son las cocineras, maestros artesanos, agricultores y ganaderos locales, así como la gran cantidad de productos tradicionales con identidad territorial. Se hace necesario entonces considerar a las personas locales y a los productos de renombre regional como parte de un patrimonio territorial localizado y como una herramienta poderosa para el desarrollo local, apoyado en el turismo rural, en beneficio de las poblaciones que mantienen dicho patrimonio.

Metodología

La investigación se aborda desde un enfoque etnográfico, para lo cual se utilizaron como herramientas metodológicas la recopilación y revisión de información bibliográfica, uso de cartografía y datos estadísticos, así como trabajo de campo para la observación *in situ*, registro

⁶¹ Unidad Académica de Estudios Regionales de la UNAM, Sede Jiquilpan, Michoacán. rogeliat@hotmail.com

⁶² Centro de Estudios Rurales. El Colegio de Michoacán, A.C.

fotográfico y la obtención de información cualitativa y cuantitativa a través de charlas y/o entrevistas individuales y grupales con maestros mezcaleros.

Resultados y discusión: situación del mezcal en Michoacán

El mezcal cuenta con una Denominación de Origen desde 1994, la cual se autorizó inicialmente a productores de Oaxaca, Guerrero, Zacatecas, Durango y San Luis Potosí. Después se dieron algunas ampliaciones: en 2003 entraron unos municipios de Tamaulipas; en 2012 se amplió a varios municipios de Michoacán y recientemente acaba de ingresar el estado de Puebla.

El estado de Michoacán cuenta con aproximadamente 1,200 hectáreas de agave mezcalero. Existen 700 productores ubicados en 29 municipios, los cuales desarrollan fórmulas ancestrales de producción y aprovechamiento de variedades de agaves regionales como son maguey cenizo o manso, bruto, cupreata, entre otros. Actualmente se encuentran registradas 89 destiladoras que producen aproximadamente 328 mil litros de mezcal, aunque sólo alrededor de 8 destiladoras han conseguido el Certificado por el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal, A.C. (COMERCAM), lo cual les permite desarrollar ventajas competitivas y estar en condiciones de enviar la bebida a diferentes mercados internacionales⁶³.

En lo que respecta a la región Ciénega de Michoacán los municipios que se encuentran dentro de la Denominación de Origen del Mezcal son seis: Vista Hermosa, Venustiano Carranza, Cojumatlán, Marcos Castellanos, Sahuayo y Jiquilpan. La mayor parte de la producción artesanal y ancestral de mezcal en estos municipios se desarrolla entre barrancas donde por lo regular se cuenta con agua limpia de manantiales y arroyos; y donde la materia prima son magueyes silvestres conocidos como “manso” y “bruto”, recolectados en diferentes lugares cerriles. Los magueyes silvestres son cada vez más difíciles de encontrar, sobre todo el maguey “bruto”.

Proceso Artesanal

En nuestro país el destilado de agave se produce desde la colonia, cuando el aguamiel fermentado de los indígenas pasó por las tuberías de los alambiques españoles. En la Ciénega de Michoacán, el Mezcal tiene una tradición también de varios siglos, proviene de comunidades de bajo desarrollo económico, quienes han ido aprendiendo la técnica del destilado del agave por generaciones, prevaleciendo hasta nuestros días la producción artesanal en pocas cantidades, por campesinos que recolectan magueyes silvestres o cultivan los agaves de su región, para producir mezcales y comercializarlos de manera local. Aunque el conocimiento y el proceso son muy parecidos en todos los casos, la fórmula y el método varían de acuerdo a los utensilios que utiliza y al punto que le da cada maestro mezcalero, lo cual se convierte en su sello de distinción.

Para la elaboración del mezcal se siguen los siguientes pasos:

⁶³ “Vinatas de Michoacán”, SEDRU: <http://187.191.94.165/index.php/noticias/86-noticias/166-entregan-a-mezcaleros-michoacanos-marca-colectiva-vinatas-de-michoacan-region-de-origen> (Consultado el 30 de agosto 2016)

1. Recolección-traslado, 2. Cocción, 3. Triturado, 4. Fermentación, 5. Destilación, 6. Envasado

En la Ciénega de Michoacán, la mayoría de los maestros mezcaleros siguen produciendo su mezcal de manera tradicional en ollas de barro, con leña de pino y en hoyos de aproximadamente 5 metros de profundidad ademados con piedra, ladrillo y/o baldosa. El procedimiento que siguen para recolectar los magueyes, es primero localizar las plantas silvestres de maguey maduro en terrenos cercanos, buscan plantas que tengan en promedio 15 años; en caso de que los vinateros ya no encuentren magueyes cerca del lugar donde viven, tiene que desplazarse hacia otras localidades, otros municipios o incluso otros estados, lo cual va volviendo cada vez más costoso el proceso. Una vez que ya tienen localizadas las plantas silvestres, buscan a los dueños de los terrenos donde éstas se encuentran y tratan con ellos la venta; algunos propietarios le venden la planta a un precio entre 50 y 200 pesos cada una dependiendo el tamaño, aunque la mayoría de los dueños prefieren que les paguen con mezcal; unos piden medio litro y otros un litro por cada planta de maguey o piña, según tamaño.

Para cortar la planta de maguey, primero le trozan las pencas de alrededor para poder llegar al tallo y poderla tirar, ya estando en el suelo la pelan o jiman de tal forma que sólo quede el corazón o la piña. En caso de que éstas sean muy grandes, las tienen que partir para poder acarrearlas de los cerros hasta donde se encuentre la camioneta o el camión torton en que serán transportadas, lo cual también tiene un costo, al igual que los peones que contratan para que les ayuden a los maestros mezcaleros a jimar y a acarrear las piñas hasta el lugar donde serán destiladas.

La cocción de las piñas es el primer paso, por cierto fundamental para al final obtener un mezcal de buen sabor; dicho cocimiento se realiza con la finalidad de transformar los fructanos⁶⁴ en fructosa para que se lleve a cabo la fermentación. Este procedimiento se lleva a cabo en un hoyo cavado en la tierra de aproximadamente cinco metros de profundidad; en el fondo del horno se acomoda minuciosamente la leña de pino en trozos grandes y encima de la leña se colocan las piedras de tamaño mediano, la cuales por lo regular son de *monte* (volcánicas) debido a su capacidad de soportar las altas temperaturas requeridas para la cocción, el horno dura ardiendo entre 8 y 9 horas hasta que las piedras estén coloradas y la leña se haya hecho brasas. Una vez logrado lo anterior, se colocan las piñas partidas a la mitad o en cuartos dependiendo el tamaño original, después, las piñas se tapan con lonas, costales, paja y al final todo se cubre con tierra para evitar la entrada de oxígeno; la cocción dura de tres a cuatro días en el horno sin destaparlo.

Después de que ya se encuentran cocidas las piñas, se sacan del horno y se procede a molerlas y enseguida se pasan a las pilas de fermentación donde durarán de 6 a 8 días fermentando, la finalidad es que los azúcares contenidos en las piñas, se transformen en alcohol; durante ese

⁶⁴ Los fructanos son polímeros de fructosa. El polímero es un compuesto químico que posee una elevada masa molecular y que es obtenido a través de un proceso de polimerización, el cual consiste en la unión de varias moléculas de un compuesto a partir del calor, con la misión de conformar una cadena de múltiples eslabones de moléculas y así entonces obtener una macromolécula.

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2006/mcro-mezcal2.htm>

<https://www.definicionabc.com/ciencia/polimero.php>

<https://www.textoscientificos.com/polimeros/introduccion>

tiempo, todos los días el maestro mezcalero debe introducirse a las pilas a mover el caldo con cubetas de 5 o 10 litros. Ya cuando la fermentación termina o *se rinde*, inicia entonces el proceso de destilado, cada 6 u 8 horas colocan tuba nueva en las ollas de barro, y en la parte de arriba, por dentro de la misma olla, ponen un zarzo de paja limpia para que no suba el jugo, sólo el vapor.

Encima de cada olla de barro se coloca un cazo de cobre o lámina por el que pasa constantemente un flujo de agua fría, lo cual provoca la condensación del vapor al interior de la olla. Las gotas caen sobre una penca en forma de canoa, la cual sale de la olla por un orificio que conduce el líquido –mezcal- hasta un recipiente. De esos recipientes, que generalmente son de vidrio y más recientemente de plástico, se pasa directamente a envases de todo tipo en las vinatas más modestas, o a barricas de vidrio, madera o acero inoxidable en aquellas mezcalerías que ya se encuentran más tecnificadas.

Producir, transformar y envasar localmente mezcales elaborados 100% de agave y diferenciados por su origen geográfico e identidad de la especie utilizada, permitirá que el valor agregado permanezca en las regiones productoras, que se valore más la calidad del maguey y se reconozca el trabajo de los pequeños productores que generan empleo y que, sobre todo, mantienen una tradición ancestral, la cual, al sumarse y fomentarse con el resto de productos y expresiones de alta densidad cultural, representan un gran potencial para el desarrollo de las localidades que aún conservan dichas tradiciones.

Conclusiones y recomendaciones

La nueva demanda turística busca experiencias dirigidas al conocimiento: turismo cultural-patrimonial, rutas especializadas, etc., o al contacto directo con la naturaleza. Esto significa una oportunidad para el desarrollo rural que puede intentar compatibilizar la vida cotidiana con la oferta de servicios turísticos. El desarrollo del turismo rural, no sólo debe contar en primera instancia con el “deseo” de la propia población rural (que según nuestro primer sondeo en la región sí lo tienen, al menos los productores de mezcal), sino con el apoyo de las instituciones gubernamentales. En principio, lleva implícita una revalorización del patrimonio tanto cultural (costumbres, vida cotidiana, recuperación de la producción artesanal y de la creación imaginaria), como físico (protección de las riquezas naturales, conservación del patrimonio histórico). Llevado a cabo de una manera sustentable, con un adecuado acompañamiento institucional, el turismo rural puede ser un importante motor del desarrollo regional.

Sin embargo, para lograr que las instituciones gubernamentales contemplen a cada región dentro de sus “mapas y promociones turísticas” es necesario primero, pasar por un proceso de reconocimiento, revaloración y resignificación de dichos patrimonios por parte de sus dueños y habitantes de esos lugares. Para lo cual es importante seguir profundizando en este estudio, centrando el interés en explorar el potencial de la región en el campo del turismo, así como en la situación que guarda cada sitio. Buscando en todos los casos la pertinencia de regirse bajo los criterios de sustentabilidad de los recursos naturales y culturales locales, dado que son éstos los que constituyen la base, el atractivo y el potencial de los patrimonios a promover.

PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO RURAL “EXHACIENDAS” MAGDALENA, JALISCO

Geraldina Pérez Reyes. Turismo, Recreación y Servicio. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA). Universidad de Guadalajara.

Palabras clave: Puesta en valor, patrimonio, turismo rural

Introducción.

El municipio de Magdalena se localiza en el estado de Jalisco y pertenece a la región valles, la cual se ubica en el centro-norte del estado, forma parte de la denominada ruta tequilera, la cual fue denominada patrimonio de la humanidad en el año 2006 por la UNESCO. La región de tequila y sus alrededores incluyendo el municipio de Magdalena, principalmente reconocido por sus minas de ópalo, se convirtió en ruta turística, motivo por lo cual, haciendas de la región se convirtieron en hoteles, hoteles-spa, museos, centros culturales entre otros.

Es decir, estas haciendas ya fueron puestas en valor, lo que significa; utilizar un edificio antiguo adaptándolo, sin modificar su esencia, incorporando y transformando su uso a los tiempos actuales.

El municipio de Magdalena cuenta con varias haciendas, algunas intervenidas arquitectónicamente, pero la mayoría a punto de desaparecer. Según Nieves Campos Meyenberg, restauradora, Jalisco cuenta con 420 haciendas de las cuales el 30% se encuentra en buen estado y el 70% restante se encuentra en ruinas.

La Ex Hacienda El Carmen en Ahualulco del Mercado, Jalisco: antiguamente Hacienda de Santa María de Miraflores, ahora funge como hotel-spa atrayendo tanto a turismo nacional como internacional; La casa de los Patios en Sayula, Jalisco: ahora ha sido transformada en hotel, estos son algunos de los casos de puesta en valor de haciendas las cuales han incrementado el turismo rural en su región.

Planteamiento del problema:

Las actuales leyes y reglamentos INAH, INBA, COPLAUR, obras públicas municipales, entre otras, así como los procedimientos planteados y las acciones de los gobernantes en materia de patrimonio cultural, han propiciado la degradación y pérdida de los valores urba⁶⁵nos, rurales y arquitectónicos de las haciendas de la región. Lo anterior en con base en la ausencia de especificaciones referentes a la conservación del patrimonio rural edificado como parte integral de su desarrollo.

Justificación:

En el municipio de Magdalena no existe una comisión que regule, oriente, clasifique, proponga, legisle y controle la puesta en valor de los edificios rurales patrimoniales.

⁶⁵ geralpr@cucea.udg.mx / geralpr1856@gmail.com

Objetivo General:

Rescatar, reutilizar y promover las Ex-haciendas con valor patrimonial, con el fin de propiciar la promoción turística rural de la región.

Hipótesis general:

La puesta en valor de las Ex-Haciendas con fines turísticos, contribuiría a ampliar el corredor turístico-cultural que se está formando y creciendo en la región del municipio de Magdalena, el cual recuperara espacios con valor patrimonial.

Metodología:

Se realizó investigación histórica-cualitativa de las haciendas potenciales (relevancia histórica), investigación de campo, charlas casuales a los habitantes de la región, entrevista al dueño de la hacienda, miembros del INAH, restauradores, arquitectos y autoridades; se realizaron inventarios, levantamientos de daños y deterioros.

La investigación histórica reveló el número de cascos de haciendas relevantes en la región fincadas en una zona comercial importante, (*Fernández, 1999*) las cuales pertenecían a familias que se dedicaban a la producción de tequila, como la familia Cuervo y la Orendain entre otras, alrededor del año de 1800, se construye la casa grande de “La Quemada” la cual fungía como área de servicio para las haciendas, posteriormente se dividen las tierras y Don Tomas de Orendain se convierte en el dueño, la hacienda se edifica en 1848, la región prospera debido a la siembra y producción de tequila, lo que ocasionó que esta creciera y se convirtiera en hacienda ganadera y cerealera (*Ceceña, 2001*).

Con los levantamientos topográficos y fotográficos se identificaron los cascos de las haciendas, así como su esquema arquitectónico y el grado de abandono de las mismas (*Archivo histórico de Jalisco*), la entrevista realizada por el autor al dueño actual indicó en primera instancia que adquirió la propiedad con el objeto de tener una casa de campo sin saber el valor histórico de la hacienda, así mismo al final de la entrevista se comentó la idea de rescatar, reutilizar y poner en valor la hacienda, que en ese momento se encontraba en ruinas, abandonada y saqueada nos dimos cuenta que no tenía conocimiento de la importancia de conservar y rescatar el patrimonio histórico (julio de 2007).

En una segunda entrevista se mostró interesado en los comentarios anteriores y comenzó a cuestionar cual sería el procedimiento para realizar el rescate, la puesta en valor y que nuevo uso pudiera tener, y que beneficio tendría para él y para la región (enero de 2008).

Posteriormente miembros del INAH visitaron la finca y determinaron que es monumento histórico por determinación de ley (INAH), las entrevistas con los arquitectos y restauradores determinaron el proyecto arquitectónico de reutilización así como las adecuaciones y materiales a utilizar, en cuanto a las autoridades gubernamentales, (obras públicas) indicaron los requisitos, y permisos de construcción, no existe una comisión, un encargado o alguna persona que se oriente, clasifique, controle y realice un seguimiento de la puesta en valor de edificios rurales patrimoniales.

Finalmente se realizaron inventarios de los cascos de las haciendas en donde se determinó el tipo de partido arquitectónico, estilo, materiales y estado de conservación, mismos que

demonstraron el grado de abandono y desinterés por parte de los dueños (elaboración propia, 2007).

Resultados:

La puesta en valor de un espacio con valor patrimonial que un inmueble de este tipo puede ofrecer por sus antecedentes históricos, sociales y culturales, está por encima del interés económico que solamente podría obtenerse con el nuevo giro que se le pretenda dar.

Los deterioros de las haciendas son ocasionados por la falta de mantenimiento por parte de los propietarios y por la falta de interés de algunas de las dependencias municipales correspondientes por crear, implementar y respetar los planes parciales de conservación de la región. Por lo que la aplicación de una metodología de restauración, conservación, reutilización y promoción adecuada e interdisciplinaria permitirá el rescate de estas. A continuación, se presenta como antecedente la Ex hacienda “La Quemada” en el municipio de Magdalena, a esta ex hacienda se le dio un nuevo uso, hotel y salón de eventos, que permitió incrementar la infraestructura turística de la región, potenciando con ello la puesta en valor. Esta hacienda aprovecho el programa de la Secretaría de Turismo, la cual promueve el rescate, la reutilización y la promoción turística de las haciendas en la región.

El propietario actual recobro la esencia de la hacienda tratando de respetar al máximo su esquema original y apegado a la legislación que existe al respecto, mismo que encontró inconsistencias en el trámite de permisos de construcción, de proyecto arquitectónico, de adecuación, de restauración, entre otros.

Conclusiones y recomendaciones:

El sentido que guarda la puesta en valor de las ex haciendas a las que se ofrecerán diferentes alternativas para su reutilización, garantiza su vigencia en esta época contemporánea y su postergación en el tiempo, así como, el incremento del turismo rural.

Se concluye que, con el rescate, reutilización, promoción turística y puesta en valor de la hacienda de obtiene una derrama económica, incremento exponencial de la cultura local y regional, así como el incremento del turismo rural en la región.

Se recomienda crear un programa de concientización de la población sobre el origen, causas y efectos del problema, propuestas y fundamentos para crear, posteriormente, un proyecto de intervención enfocado concretamente a rescatar, reutilizar, promover, restaurar y conservar las haciendas potenciales que aún tiene mucho que ofrecer a sus vecinos, poblaciones y centros urbanos cercanos con el objetivo de incrementar la promoción turística rural de la región Valles.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez, del C. G. J. (2003). *Guía Directorio, Haciendas y Estancias de Jalisco*. México: Editorial Ágata.
- Archivo Histórico de Jalisco, Secretaría General de Gobierno, (1982). *Organización Municipal del Estado de Jalisco*. Guadalajara, Jal. UNED.
- Ceseña, A. J. R. (1 enero 2001). *Magdalena después de la Reforma y antes del Porfiriato 1860-1875*. Ediciones Cuellar.

- Chanfón, O. C. (1996). *Fundamentos Teóricos de la Restauración, versión escolar interna*. México: UNAM, Facultad de Arquitectura.
- Chavolla, F. A. (2001). *El patrimonio cultural del estado de Jalisco*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño.
- CONACULTA (2013). *Siete ensayos sobre la hacienda mexicana 1780-1880*. México.
- Dy. (2016). *Haciendas Mágicas*. Mérida, Yucatán: Líber
- Fernández, R. (1999) *Muchas Tierras y Pocos Dueños: Estancias, Haciendas y Latifundios Avaleños*. México, D.F. Colección regiones de México.
- Gerber, S. P. (2002). *Guía Directorio, Haciendas y Casas Rurales de Jalisco*. México: Secretaria de Turismo del Estado de Jalisco.
- Montero, P. C. (2004). *La Conservación de los Monumentos*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP.
- Núñez, J. L. (1994). *México: 3000 años de Historia, Civilización y Cultura*. México: Noriega Editores
- Sandoval, G. L. (2012). Y las atrapo el silencio...haciendas. Marzo de 2018, de Colegio de Jalisco Sitio web:
<http://lsgylasatrapoelsilencio.wordpress.com/2014/03/31/bienvenidos-a-la-obra/>
- Secretaría de Gobernación/ Gobierno del Estado de Jalisco/ Centro Nacional de Estudios Municipales/Centro Estatal de Estudios Municipales de Jalisco. (1998). *Los Municipios de Jalisco*, Colección: Enciclopedia de Los Municipios de México. Secretaría de Gobernación. México, D.F.
- Varios. (2010). International Preservation News. Marzo de 2018, de ICOMOS Sitio web:
<https://api.watr.mx/media/documents/LIBRO-DE-TURISMO-DE-LACONSERVACION.pdf>

GESTIÓN LOCAL Y TURISMO RURAL, ANÁLISIS SOBRE EL CASO DEL RANCHITO DE LOS GUZMÁN S.L.P.

Italia González Arvizu⁷⁵ Denisse Maribel rosales Fernández⁷⁶ Miriam Jocelyn Martínez Pardo⁷⁷

Palabras Clave: Desarrollo local, Turismo rural, Gestión local, Cultura

Introducción:

Esta investigación revisa temas consecuentes sobre turismo rural, encaminada a identificar nuevas estrategias de desarrollo local, articuladas con los habitantes de la propia comunidad llamada *Ranchito de los Guzmán*, que pertenece al municipio de Armadillo de los Infante, S.L.P.

Actualmente este lugar está en peligro de ser catalogado como pueblo fantasma principalmente por la falta de oportunidades locales, las personas migran en su mayoría hacia el país vecino de Estados Unidos de América en busca de mejores oportunidades de ingreso, otros pocos aprovechando la cercanía con la capital del Estado, buscan emplearse dentro de la zona industrial de San Luis Potosí, en trabajos secundarios.

Mediante este documento se analizó la gestión comunitaria para el turismo rural aprovechando las principales actividades económicas como la agricultura, ganadería, siembra de maíz y frijol, la elaboración de artesanías y alimentos tradicionales de la localidad. **Justificación:**

El Ranchito de los Guzmán geográficamente se localiza en las orillas de la *Sierra de Álvarez*⁷⁸, lo que da la posibilidad de potenciar la idea del turismo rural, la belleza escénica es espectacular y única en la región, entre muchos atractivos podemos describir, *la cueva de los riscos*, un lugar único que actualmente solo es conocido por las personas de la comunidad.

Este y otros atractivos de gran belleza escénica, pueden consolidarse como un gran generador de oportunidades de desarrollo local, mediante la implementación de actividades turísticas recreativas, como una alternativa de esparcimiento para el turismo de negocios y cultural que arriba a la capital potosina.

Esto debido principalmente a que, según información de la Secretaria de Desarrollo Social (SEDESOL), El Ranchito de los Guzmán, en 2010, contaba con un grado de marginación alto.

Objetivo:

Crear un análisis de los principales atractivos turísticos de la región, para articularlos con las ideas locales de los actores de la comunidad, tratando de aprovechar los recursos tangibles e intangibles para generar mejores oportunidades de empleo y desarrollo local.

Metodología:

La presente investigación se desarrolló siguiendo la idea de Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010), la cual se concibe como exploratoria, utilizando diferentes herramientas de recolección de datos, como: diálogos con informantes

claves, entrevistas semi-estructuradas, observación participante, y recuperación de información en archivos. Escenario actual del Turismo y turismo rural:

En las últimas décadas el turismo ha demostrado ser una importante fuente de ingresos de divisas en México, tan solo en 2016 pasamos a ser el 8° país con mayores llegadas de turistas extranjeros, superando los 35 millones, de acuerdo con los datos obtenidos del Sistema Nacional de la información estadística del Sector Turístico de México, consultada en 2018; estos datos demuestran de alguna manera la relevancia e impulso que está tomando el turismo como actividad económica.

Sin embargo, este impulso del turismo como actividad económica en nuestro país, enfrenta un gran reto: la diversidad, ante la demanda de nuevas formas de adentrarse en la cultura y la naturaleza de nuestro multicultural y biodiverso país.

Como consecuencia de lo anterior, se ha observado un impulso significativo en la actividad turística en el medio rural en México en los últimos años; así mismo el interés por parte del gobierno de mitigar temas de marginación y pobreza en el medio rural.

De acuerdo con Rebollo, V., Fernando, J., Díez Santo, D., Baidal, I., & Antoni, J. (2009), la articulación de la naturaleza y la cultura se vuelven los principales atractivos con que se puede potencializar el desarrollo de las regiones rurales, ante la falta de contundencia en los proyectos agrícolas de desarrollo local, pueden obtener en el turismo un referente económico que pueda generar ingreso marginal en su actividad agrícola.

Resultados y Discusión:

Los resultados los presentamos en dos apartados, un primer apartado situado en el espacio geográfico y cultural, y uno más centrado en la estructura social de la comunidad para incursionar en la posibilidad de articular los escenarios locales con la idea del desarrollo local.

Se observó que el sitio que definen como: *Cueva de los Riscos*, posee características particulares para desarrollar diferentes actividades alrededor de este atractivo, tales como: campismo, rappel, senderismo, avistamiento de aves (halcones y águilas), apreciación de flora y fauna en la zona natural protegida de la sierra de Álvarez, ya que, en esta comunidad hay especies en peligro de extinción como armadillo, jabalí y venado.

Estas actividades de naturaleza pueden complementarse con actividades culturales identificadas en la comunidad, una de ellas es la tradición gastronómica reflejada en la elaboración de queso, mole y pacholes que puede describirse en la implementación de un taller artesanal para su elaboración.

Conclusiones y Recomendaciones:

Esta es una investigación aún en proceso, sin embargo, ponemos a discusión el análisis para desarrollar diferentes actividades enfocadas al turismo rural dentro de la comunidad del *Ranchito de los Guzmán*, como una alternativa multifuncional, capaz de direccionar el aprovechamiento cultural y ambiental como una estrategia local para favorecer el desarrollo sostenible a partir del ingreso marginal generado desde la actividad turística.

De acuerdo a datos de DATATUR en 2017 se recibieron 1.2 millones de turistas en la zona centro del Estado, lo que representa una importante oportunidad para el desarrollo de este tipo de actividades.

El turismo rural puede acoplarse con las actividades económicas locales, ya que los tiempos marginales de desocupación laboral de los ejidatarios coincide con los tiempos de mayor demanda turística en la zona centro del Estado.

De este modo, visualizando un esquema donde nos permita incluir otras actividades de interés buscando posicionar a la comunidad como una de las primeras opciones para los amantes de la naturaleza y del turismo rural.

Referencias bibliográficas:

- (2010). Recuperado el 26 de Marzo de 2018, de SEDESOL:
<http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=240040039>
- Gutiérrez, M., & Gerritsen, P. (2011). Turismo rural sustentable, estudio de caso de la Costa Sur de Jalisco. *Centro Universitario de la Costa. Puerto Vallarta, Jalisco*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación.
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx>
http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/CG_cuerpo.pdf Páginas de internet consultadas:
- Quintero, M. A. S., Aguilar, S. P., Vázquez, A. P., Maurice, M. J. E., & Comíns, J. S. (2017). El turismo rural en México: Una aproximación conceptual al debate suscitado sobre las políticas públicas desarrolladas, la irrupción de agentes externos y las nuevas metodologías de acción endógena y participativa. *Estudios Geográficos*, 78(282), 373-382.
- Ruiz, M. D. C. C., Climent, M. P. S., Abellán, A. C., Rubio, M. V., Fernández, D. M., Martín, J. C., ...& Romero, R. L. (2008). *Turismo rural y desarrollo local* (Vol. 79). Univ de Castilla La Mancha.
- Sánchez Silvera, N., Betancourt García, M. E., & Falcón Rodríguez, M. C. (2012). Acercamiento teórico al desarrollo local sostenible y su repercusión para el turismo. *El periplo sustentable*, (22).
- Rebollo, V., Fernando, J., Díez Santo, D., Baidal, I., & Antoni, J. (2009). El turismo interior en la Comunitat Valenciana: la percepción desde las entidades municipales y asociaciones turísticas.
- Solá, E. F. (2009). Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo. Forum Natura.

JANTI, APLICACIÓN DE RECORRIDOS TURÍSTICOS MIXTOS

Aguilar Hernández Sandra⁶⁶, Hernández Guerrero Ma. Del Consuelo, Jiménez Callejas Jovanna,

Palabras clave: Aplicación, Recorridos, Traducción, Código QR, Identidad cultural.

Introducción El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. (SECTUR, 2015)

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), 50 por ciento de las aproximadamente 6 mil 700 lenguas que se hablan en el mundo están en peligro de desaparecer, 96% de ellas sólo son utilizadas por 4% de la población y por término medio cada dos semanas desaparece una lengua nativa.

JANTI tiene como principal objetivo fomentar la lengua indígena “otomí”, y preservar los mitos, leyendas e historia de pueblos mágicos, mediante la innovación tecnológica.

Metodología.

La metodología que se aplicó en el proyecto JANTI fue el enfoque cualitativo, ya que esta aplicación engloba gran cantidad de cualidades que resultan interesantes a los turistas.

Para llevar a cabo la investigación de este proyecto se inició con ciertas actividades a realizar, las cuales fueron: focus group y entrevistas a profundidad con expertos.

Para el focus group se identificó quienes serían los posibles usuarios de la aplicación, posteriormente se realizó una guía de preguntas o bien tópicos que ayudará a conocer más sobre el interés de los turistas, enseguida se realizó la reunión en un espacio cómodo para los invitados a esta sesión de grupo la cual tuvo una duración de tres horas y en la que se obtuvieron datos importantes para la elaboración de este proyecto.

Para las entrevistas con expertos se realizaron a 2 personas especializadas en turismo del municipio de Huichapan, de igual manera se realizó una guía de preguntas que permitió conocer lo que pensaban los expertos acerca del proyecto a desarrollar.

A partir de esta investigación se llevó a cabo un plan de negocios en el cual se perfeccionaron las partes más importantes del proyecto, como fue la identificación del mercado meta y potencial del proyecto, medios de distribución del producto, aspectos financieros y de viabilidad.

⁶⁶ aguilarhdez1996@hotmail.com Ingeniería en Administración, Instituto Tecnológico Superior de Huichapan, El Saucillo Huichapan Hidalgo

Resultados y Discusión.

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas arrojan datos significativos para identificar el impacto que JANTI generara, de las 55 preguntas realizadas de manera general y específica, aplicada a 10 turistas de diferentes edades, se obtuvieron los siguientes datos:

¿Les gusta viajar?	100% SI
¿Le atraen los recorridos turísticos?	100% SI
¿A qué hora le gustaría que se realizara el recorrido turístico?	DIA 80% NOCHE 20%
¿Consideras que es importante la preservación de estas?	100% SI
¿Te gustaría que estos recorridos se implementaran en rutas GPS?	100% SI
¿Te resultaría interesante utilizar JANTI?	100% SI

Como resultado se conoció que la mayoría de las personas disfrutan y les gusta realizar viajes, que les resulta atractivo utilizar la aplicación de JANTI, porque consideran que la preservación de las lenguas indígenas es fundamental, y les parece llamativa la innovación tecnológica que se está implementando.

La entrevista que se realizó a 2 personas expertas en turismo, se obtuvo información que resultó de gran apoyo para complementar a JANTI, en donde se hace mención que la mayoría de las personas que visitan Huichapan solo vienen de visita y no permanecen por más de 1 noche en el lugar, es por eso que el uso de una aplicación como JANTI, será beneficiosa para el municipio, incitando a generar en las personas interés por conocer la historia que representa los lugares emblemáticos de Huichapan.

La aplicación va dirigida especialmente a todos los turistas que tengan el agrado por visitar nuevos lugares y tengan las habilidades y conocimientos para hacer uso de un Smartphone.

Se realizó un profundo análisis sobre el Valor Presente Neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR) de donde se adquirieron los siguientes datos que se muestran en la tabla:

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA (1+t) ⁻ⁿ	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
AÑO 0	\$ -	\$ 87,022.38	-\$ 87,022.38	1.0000	\$ 200,000.00	\$ 87,022.38
AÑO 1	\$ 503,200.00	\$ 418,716.75	\$ 84,483.25	0.8000	\$ 402,560.00	\$ 334,973.40
AÑO 2	\$ 528,360.00	\$ 481,427.74	\$ 46,932.26	0.6400	\$ 338,150.40	\$ 308,113.75
AÑO 3	\$ 554,778.00	\$ 501,970.47	\$ 52,807.53	0.5120	\$ 284,046.34	\$ 257,008.88
AÑO 4	\$ 582,516.90	\$ 523,540.34	\$ 58,976.56	0.4096	\$ 238,598.92	\$ 214,442.12
AÑO 5	\$ 662,613.81	\$ 488,192.22	\$ 174,421.59	0.3276	\$ 217,125.29	\$ 159,970.83
TOTAL	\$ 2,831,468.71	\$ 2,500,869.90	\$ 330,598.81		\$ 1,680,480.95	\$ 1,361,531.36
			VAN	\$ 118,949.59		
			TIR	78%		
			PRI	3.80		

Tabla 2 (Construcción Propia) Análisis del VAN y TIR

Con toda la investigación realizada se tendrán en cuenta los aspectos positivos y negativos para la ejecución de JANTI.

Conclusiones y recomendaciones.

JANTI ofrece a los turistas una aplicación móvil en la cual se realizan recorridos turísticos, en donde se pueden encontrar los lugares más emblemáticos del municipio y a su vez conocer su historia (mitos y leyendas), a través de la realidad mixta; siendo relatadas en la lengua otomí ya que se pretende la preservación de la misma excluyendo la falta de interés por la cultura, se tiene como innovación tecnológica la creación de rutas, con códigos QR que permiten llegar hasta el lugar de los hechos con ayuda del GPS, con los personajes reales que permitan al turista unirse a los hechos en tiempo real.

Teniendo una nueva atracción para los conocedores por lo que JANTI es una aplicación con viabilidad al mercado porque gracias a la investigación que se realizó, a los turistas les parece atractivo y factible cubriendo así sus necesidades.

Recomendaciones:

- Preservar la lengua indígena otomí para evitar la extinción de esta.
- Dar a conocer la historia y cultura del municipio.
- Dar a conocer la aplicación en diferentes partes de México, así como hacer publicidad atractiva para los turistas.

Referencias bibliográficas:

- Consejo Estatal para la Cultura y las Artes. (2016). Obtenido de Gobierno del Estado de Hidalgo: http://www.hidalgo.gob.mx/page/estado/lenguas_indigenas
- Cristina, J. R. (26 de noviembre de 2015). blog tecnología para negocios. Obtenido de blog tecnología para negocios: <https://www.paradigmadigital.com/techbiz/quees-devops-y-sobre-todo-que-no-es-devops/>
- Mágicos, P. d. (11 de 07 de 2016). Huichapan Pueblo Mágico. Obtenido de http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo_mexico_ficha.php?id_rubrique=517
- Mágicos, P. d. (s.f.). Huichapan Pueblo Mágico. Obtenido de http://www.pueblosmexico.com.mx/pueblo_mexico_ficha.php?id_rubrique=517
- Narváez, T. (20 de octubre de 2011). La importancia de la tecnología en la actualidad. Obtenido de <http://flores104informatica.blogspot.mx/>
- Plano Informativo. (2013). Obtenido de <http://planoinformativo.com/nota/id/486417/noticia/otomi,lengua-en-peligro-deextincion>
- Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la Investigación (Sexta Edición.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- SECTUR. (2006). Obtenido de Perfil y Grado de Satisfacción del Turista que viaja en México por motivos de cultura: http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/PE_RFIL_CULTURA.pdf
- SECTUR. (2014). Obtenido de Secretaria del Turismo: <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

LOS GEOSITIOS COMO ZONAS DE TURISMO DE RECREACIÓN: PARQUE NACIONAL CERRO DE LA ESTRELLA, CIUDAD DE MÉXICO

Luis Alberto López García⁶⁷, Victor Mauricio Rioja Gonzalez, Dr. Víctor Ramón Oliva Aguilar.

Palabras clave: Áreas Naturales Protegidas, Conservación, Geositios, Recreación, Turismo.

INTRODUCCIÓN

Las Áreas Naturales Protegidas (ANP) son espacios que por sus características únicas deben ser protegidas debido a su composición y su diversidad biológica, estas se clasifican en 9 y una de ellas son los Parques Nacionales (PN); de acuerdo con Eagles (2002), los primeros PN surgieron como una acción de los gobiernos para su protección y así mismo para ofrecer al ser humano un espacio para recrearse; desde sus inicios la visita a los parques y el turismo fueron los pilares del movimiento en estas aéreas. A pesar de que, en el siglo XIX fue cuando surgieron las primeras Áreas Protegidas, es hasta el siglo XX cuando el decreto de estas tuvo su mayor auge, dando como resultado una gran expansión en el número de Áreas.

Gran parte de las ANP cuentan con un patrimonio geológico y geomorfológico que pueden ser utilizados para fines turísticos, tal es el caso del Parque Nacional Cerro de la Estrella (PNCE), cual fue decretado en el año 1938, debido a un interés por proteger su biodiversidad, así como el potencial turístico y recreativo y el valor cultural que posee la zona al contar con restos arqueológicos de importancia para el estudio de la historia prehispánica y por tratarse de un volcán extinto de interés geológico; sin embargo, a lo largo de este tiempo el PNCE presenta una serie de modificaciones en su poligonal decretado, principalmente por el crecimiento urbano.

Por lo anterior, se debe de establecer estrategias o medidas que permitan mantener mínimamente esas condiciones por las que obtuvieron el decreto como PNCE, una de estas, puede ser la propuesta de según Brilha (2005) de un Geositio que corresponde a un sitio donde se puede presentar uno o más elementos de geodiversidad, geográficamente bien delimitado y que presenta un valor singular desde un punto de vista científico, pedagógico, cultural y turístico; especialistas en ciencias de la tierra como la Unión Internacional en Ciencias Geológicas (IUGS) y la División de Ciencias de la Tierra de la UNESCO han concretado la idea de incluir sitios de interés Geológico (Geositios), como una lista de patrimonio mundial de la UNESCO, estos sitios al ser organizados dentro de esquemas globales tienen como finalidad su protección y conservación.

Esto se logra a partir de que son concebidos como estrategias para la promoción, conocimiento

⁶⁷ Sección de Estudios de Posgrado e Investigación, Maestría en Administración e Innovación del Turismo, Escuela Superior de Turismo, Instituto Politécnico Nacional, Av. Miguel Bernard #39, Ciudad de México, CDMX, C.P. 07630, MÉXICO.

y apreciación del patrimonio geológico en donde sus principales objetivos son la conservación, educación, el desarrollo económico local, así como las actividades turísticas recreacionales.

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

Desde las ciencias sociales existen diferentes métodos para desarrollar una investigación, desde el punto de vista de este trabajo y debido a la relación con la geografía se desarrollará de una manera sistematizada.

Sergio Martinic, 1984 menciona que “La sistematización es un proceso de reflexión que pretende ordenar u organizar lo que ha sido la marcha, los procesos, los resultados de un proyecto, buscando en tal dinámica las dimensiones que pueden explicar el curso que asumió el trabajo realizado.

Por su parte Oscar Jara, 1994 menciona que es la Interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre o explicita la lógica del proceso, los factores que han intervenido en él, cómo se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo.

Ambas definiciones plantean la idea de organizar, de ordenar: prácticas, conocimientos, ideas, datos, etc., que hasta entonces se encontraban dispersos y que serán fundamentales para reconstrucción de nuevos proyectos. Y, finalmente, en ambos casos se pretende descubrir o explicar la lógica y el curso del trabajo realizado.

La contribución de la sistematización al desarrollo es fundamental; permite recuperar y revalorar las condiciones de determinado proyecto, y contribuye a comprender los factores que determinan el éxito o fracaso, retroalimenta el proceso de análisis para la planificación, el seguimiento y la evaluación; aporta insumos que permiten la toma de decisiones adecuadas. Aporta, además, con relación a otros métodos o herramientas de seguimiento, aspectos cualitativos difícilmente mensurables, que sólo son apreciables en un contexto integrador como el de la sistematización.

Para efectos de esta investigación se representará la división en tres etapas preliminar, de campo y de gabinete, las cuales son:

1. En la primera etapa (Preliminar) se identificará como objeto de estudio el área comprendida por Parque Nacional Cerro de la Estrella y sus alrededores. Se realizará una interpretación visual de la zona a partir de las imágenes satelitales del programa Google Earth (año 2017). Esta herramienta permite acceder a diferentes escalas de análisis e interpretar las interrelaciones existentes en el área de estudio y el sistema natural mayor, por ejemplo: características ambientales del paisaje, zonas adyacentes, existencia de infraestructura (accesos, senderos), centros urbanos cercanos, entre otros aspectos.
2. Durante la segunda etapa (De campo) se realizarán salidas de inspección. Para ello, se elaborará y completará una ficha para identificar, caracterizar y georreferenciar el patrimonio geológico existente.
3. La ficha se realizará en base a ejemplos aportados por diversos autores (Medina, 2012;

Carcavilla U., López

J. y Durán J, 2007; Wimbledon, Ishchenko, A.; Gerasimenko, N.; Karis, L.; Suominen, V.; Johansson, C. Y Freden, C., 2000) y comprende 3 aspectos:

- Identificación y localización (fecha de relevamiento, ubicación general, localización absoluta, superficie, nivel de accesibilidad, vías de acceso y propiedad pública/privada)
- Descripción general (contenido, imágenes, estado de conservación, caracterización climática, caracterización ambiental y observaciones);
- Tipo de interés (por su contenido, por su utilización, interés asociado y por su influencia).

4. La tercera etapa (De gabinete) comprenderá el análisis y evaluación del patrimonio geológico del Parque Nacional Cerro de la Estrella para determinar su potencial como Geositio y estado de Geo conservación a través de fortalecimiento de las actividades recreativas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La problemática del PNCE es la falta de congruencia entre el supuesto resguardo de valores ambientales que están contemplados en el decreto de 1938 y los elementos administrativos que actualmente operan y mantienen el parque en el contexto de la situación actual como la falta de vigilancia que aún persisten y el acceso descontrolado de visitantes al área que acuden para la realización de actos vandálicos, que en medida son un factor de degradación. (PAOT, 2009)

El territorio que aún permanece sin ocupar por la mancha urbana no tiene el tamaño, la diversidad necesaria o la riqueza biológica mínima para poder ser considerado un PN o algún tipo de ANP de acuerdo con la legislación federal o la legislación local. Sin embargo, el entorno físico no carece de importancia, por el contrario, este espacio es el único terreno adecuado como área verde de la delegación Iztapalapa y ese solo elemento es suficiente para mantener alguna política de protección.

Debido a la problemática en la que se encuentra inmersa el PNCE, la cual está conformada por la fuerte presión por el crecimiento urbano; la vulnerabilidad ante ilícitos ambientales como son la extracción ilegal y desordenada de recursos naturales, actos vandálicos, así como el escaso interés de los organismos correspondientes para la conservación del sitio y para la realización de las actividades que se llevan a cabo mediante el personal adecuado; se pretende implementar como Geositio al Parque Nacional Cerro de la Estrella ya que estas

zonas denominadas Geositios son estrategias encaminadas a la conservación, educación, la realización de las actividades turísticas y desarrollo sustentable.

REFERENCIAS

- Brilha, J. (2005). Patrimonio Geológico e Geoconservação: A Conservação da Natureza na sua Vertente Geológica. Palimage Editores. Braga, Portugal.
- Eagles, P., McCool, S., & Haynes, C. (2002). Turismo sostenible en áreas protegidas. Directrices de planificación y gestión. Madrid, España: UICN

- JARA, Óscar. 1998. Para sistematizar experiencias. Centro de Estudios y Publicaciones ALFORJA. San José.
- MARTINIC, Sergio. 1984. El Objeto de la Sistematización y sus Relaciones con la Evaluación y la Investigación.
- Medina, W. (2012). Propuesta metodológica para el inventario del patrimonio geológico de Argentina. Tesis de maestría para optar por el título de Máster en Patrimonio Geológico y Geoconservación. Escuela de Ciencias. Universidade do Minho. Portugal. 126 p.
- Carcavilla Urquí, L.; López Martínez, J. y Durán Valsero, J.J. (2007). Patrimonio geológico y geodiversidad: investigación, conservación, gestión y relación con los espacios naturales protegidos. Instituto Geológico y Minero de España. Madrid. 360 p.
- Wimbledon, W.A.; Ishchenko, A.A.; Gerasimenko, N.P.; Karis, L.O; Suominen, V.; Johansson, C.E. Y Freden, C. (2000). Proyecto Geosites, una iniciativa de la Unión Internacional de las Ciencias Geológicas (IUGS). La ciencia respaldada por la conservación. En Patrimonio Geológico: Conservación y Gestión. D. Barettino, W.A. Wimbledon y E. Gallego (Eds). Madrid. España. pp. 73-100.
- Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial del D.F. (PAOT). (2009). Estudio De Opinión Para Determinar El Estatus Para La Recategorización De Tres Áreas Naturales Protegidas, Parque Nacional Cerro De La Estrella, Parque Nacional Desierto De Los Leones Y Parque Nacional Lomas De Padierna. 2018, de Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT) Sitio web: <file:///C:/Users/alver/Documents/docs%20art%20geosi/EST%20ART%20NU EVO/EOT-05-2009%20CERRO%20DE%20LA%20ESTRELLA.pdf>

APROVECHAMIENTO DEL PATRIMONIO CULTURAL Y DE TURISMO RURAL: CASO RANCHO EL SAPO

Autores: Angélica Duarte Norzagaray, Mtra. Ana Guadalupe Hernández Cerón.

Palabras clave: Patrimonio cultural, turismo rural, rancho El Sapo, patrimonio natural

Introducción

Antecedentes. La riqueza natural y cultural que existe en zonas rurales del país, es una gama de posibilidades para los habitantes de estas regiones, quienes tienen la oportunidad de desarrollar empresas prestadoras de servicios turísticos profesionales, orientados a elevar su calidad de vida, mediante el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales.

(Cebrián & García, 2016) mencionan que el turismo rural ha venido experimentando un crecimiento considerable en algunas comarcas de interior en las dos últimas décadas. La razón hay que asociarla fundamentalmente a los cambios en las preferencias de los turistas, aunque otros factores han actuado en el impulso de esta modalidad, lo que lo ha convertido en instrumento de desarrollo local. Mientras que, por otro lado, las autoras (Garduño Mendoza, Guzmán Hernández, & Zizumbo Villarreal, 2018) sostienen que el turismo rural asigna valor a los recursos locales, es decir los activos que se encuentran en manos de pequeña/os productora/es, en su mayoría en áreas ejidales organizados en cooperativas o asociaciones comunales.

Cabe mencionar que, para la región de Sonora, el turismo es considerado una atractiva oportunidad de desarrollo regional y socioeconómico, a la vez que un reto para el manejo de su patrimonio natural y cultural. Desde hace décadas, sus comunidades han venido perdiendo dinamismo económico de manera constante, así como una tendencia decreciente de la población ante la falta de alternativas económicas regionales.

Por lo tanto, cabe la resaltar la importancia de creación de nuevas alternativas de turismo en las comunidades de la costa Hermosillo, ya que son lugares poco visitados y de mucho patrimonio natural y cultural, y que pueden tomar auge en cuanto a este sector que es el turismo rural. Por ser comunidades ejidatarias y de gran importancia en el estado, como lo es el caso de: Rancho El Sapo.

Planteamiento del Problema. El turismo rural es una alternativa de desarrollo que, por su condición de artesanal, no es masificado y genera empleo a los campesinos en su propia comunidad, diversifica la oferta turística de un país, colaborando en la conservación del patrimonio natural y cultural de las regiones desfavorecidas económicamente en función de ingresos a partir de acciones productivas.

Es necesario aprovechar las ventajas que representa la promoción del desarrollo territorial rural en espacios ejidales, en la incursión de nuevas actividades económicas como lo es en el caso de: Rancho El Sapo, que es una comunidad que ofrece descanso de la ciudad, los mismos habitantes abren sus puertas para que personas de la misma región o incluso turistas extranjeros, convivan con los habitantes de este lugar y disfruten de sus instalaciones,

conozcan la flora y la fauna de la zona e incluso se lleven la experiencia de conocer la historia y cultura del lugar. Por lo tanto, surge la siguiente pregunta de investigación, *¿Qué actividades de turismo rural se pueden realizar en el rancho el sapo de acuerdo a los recursos con la cuenta?*

Justificación. Rancho El Sapo, está a menos de 60 kilómetros de Hermosillo, llegando por la carretera 26, conocida también como “la del Palo Verde”. Su historia data aproximadamente del año 1860 y su nombre hace alusión precisamente a un enorme sapo que se encontró al estar cavando el pozo del lugar en una profundidad inusual para la especie (mexico.pueblosamerica.com., 2018).

Tal lugar cuenta con gran cantidad de historia sobre los primeros pobladores de la costa de Hermosillo, Sonora, como lo menciona (Villarreal, 2018) en el año de 1907 cuando la relación de los Yaquis y los blancos no eran nada buena, el rancho el sapo se encontraba casi solo, pues la mayoría de los hombres se había trasladado a las placitas, un poblado de Villa de Seris, ya que la cosecha del trigo era la labor de muchos y de mucho trabajo pues no existían maquinarias modernas. Esta etnia distintiva del estado de Sonora, aprovechó el momento en que esta población se encontraba en labores, para atacar el Ejido. Dicho lo anterior aún se conserva mucha historia dentro del poblado y los mismos habitantes son los que la cuentan, ya que ha sido transmitida de generación en generación, creando así un patrimonio cultural que los identifica.

Hoy en día son pocos los habitantes, siendo que muchos se trasladan a la capital sonorense para recibir educación, empleo, etc. Y llegan el fin de semana o vacaciones a descansar, por lo tanto, una forma de activar su economía y convertirlo en un atractivo turístico rural, sería ofrecer la estancia dentro del rancho, con posibilidades de utilizar instalaciones para uso personal y con la participación del Lic. Carlos Villarreal cronista oficial, el cual al momento de dar el recorrido comienza narrando la historia del sitio y un plus que le da es la enseñanza de la flora y fauna de esa localidad. Por lo tanto, se considera que con este proyecto se estaría beneficiando a la población del rancho, ya que va en conjunto de creación de nuevos empleos debido a que se prestarían servicios, como lo son el hospedaje, alimentación y guía de turistas local. Generando así un ingreso para los habitantes de este lugar y evitando así la migración a otras entidades. (INEGI, 2018)

Objetivo. Crear una propuesta para el aprovechamiento del patrimonio cultural y natural en la comunidad del “Rancho El Sapo”, tomando en cuenta a la población, con el fin de que se dé a conocer como destino turístico rural. **Metodología.** Tomando en cuenta a (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006) se determinó, que el tipo de investigación aplicada a dicha comunidad en mixta ya que se realizó una evaluación y diagnóstico de la localidad, Por otra parte, se realizó la aplicación de encuestas a la población y a un sector de posibles turistas, se tiene como objeto de estudio al Rancho El Sapo.

El procedimiento para llevarla a cabo fue:

Elección del sitio.

Planteamiento del problema.

Acopio de información o de fuentes de información.

Elaboración de un esquema conceptual del tema.

Recolección de datos.

Ordenación y análisis de los datos.

Redacción del informe de la investigación y presentación final.

Resultados y Discusión. Como lo menciona (Pérez, 2010) Una de las principales características de los nuevos territorios rurales es su creciente heterogeneidad, impulsada por la diversificación en la demanda de la sociedad sobre el campo y se expresa en lo que se ha denominado como "multifuncionalidad", término que amplía la visión productiva tradicional del sector agropecuario y conlleva a la revalorización del territorio desde nuevas perspectivas productivas. El turismo es una práctica social colectiva que se perfila como uno de los principales proveedores de actividades económicas alternativas en espacios rurales, que incluso involucra los sectores marginados del mercado laboral como jóvenes, mujeres y adultos mayores.

Hoy en día, el desarrollo de las comunidades rurales, es indispensable para la creación de nuevos empleos. La agricultura, ganadería y turismo, es un hecho que van de la mano, ya que con ellas se pueden realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad, de tal manera que se pueda conocer sus expresiones sociales, culturales y productivas.

Como lo fue en la visita a El Rancho: El Sapo, que desde el momento de llegada, el Lic. Carlos Villarreal (Guía de turistas local) te recibe con una calurosa bienvenida y comienza a platicar la historia del lugar desde la entrada al rancho, donde se ubica la virgen de Guadalupe, patrona de los ejidatarios, después, le sigue una ruta senderista al cerro de la tumba, llamado así debido a que una mujer joven fue enterrada en ese lugar con una interesante historia de amor detrás de ella; De camino al cerro el narra sobre la flora y fauna del sitio, haciéndolo una experiencia didáctica, atractiva para otros visitantes.

El turismo rural ha tenido una buena aceptación entre los turistas regionales, nacionales e internacionales (Anónimo, 2018). También cabe mencionar que la aceptación va más allá de las personas ya experimentadas con este tipo de turismo, ante todo con el sector de estudiantes de la carrera de turismo, ya que su oferta es muy amplia y variada, como lo es el ir a tener un alojamiento a cambio de disfrutar de la tranquilidad de un destino.

Los habitantes de Rancho el sapo, están conscientes de lo anterior y se demostró al momento de ser entrevistados; Ya que el resultado arrojó que al mismo tiempo de que sería una buena oportunidad de crecimiento para ellos, con la presta de servicios como actividad económica complementaria y que existe una conciencia que para el desarrollo de esto, se tendría que dar la organización de los pobladores, para que las ganancias obtenidas sean destinadas a la inversión del mismo rancho y que a futuro, sea un destino turístico de tipo rural en el estado de Sonora.

Conclusiones y Recomendaciones. Este modelo de desarrollo turístico rural, va de la mano con la sustentabilidad del sitio, ya dando a conocer a los visitantes cual es el patrimonio natural y cultural existente, se crearía una conciencia de preservar estos sitios, incluso el ofertante mismo, que también comenzaría a preservar más su patrimonio e invertir en él.

El potencial de estos lugares es enorme, ya que cuentan con toda la infraestructura y las ganas de los habitantes para poder desarrollarse como destino turístico, ya que además de ser ellos los beneficiarios, el sitio sería más reconocido ante la demanda turística y se ampliará la cartera de negocios turísticos de tipo rural en Sonora, lo cual generará un efecto positivo deseado en lo económico, evitando así el incremento de la migración y la falta de aprovechamiento del patrimonio cultural y natural del lugar.

Bibliografía

- Anónimo. (16 de febrero de 2018). *El Clima*. Obtenido de Ventajas del turismo rural: http://www.elclima.com.mx/ventajas_del_turismo_rural.htm
- Cebrián, F., & García, J. A. (02 de mayo de 2016). *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.5209/AGUC.53584>
- Garduño Mendoza, M., Guzmán Hernández, C., & Zizumbo Villarreal, L. (11 de marzo de 2018). *Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales*. Obtenido de El Periplo Sustentable [en línea] 2009:
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4ta ed.). México: McGraw Hill.
- <http://www.redalyc.org/articulo.oa>
- INEGI. (21 de marzo de 2018). *Cuéntame INEGI*. Obtenido de Datos migratorios del estado de Sonora: http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/son/poblacion/m_migratorios.aspx?tema=me&e=26 mexico.pueblosamerica.com. (11 de marzo de 2018). *"Pueblos de México en Internet"*. Obtenido de <https://mexico.pueblosamerica.com>
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 5075013.
- Villarreal, C. (20 de febrero de 2018). Ataque de los Yaquis a Rancho El Sapo. (A. Duarte Norzagaray, Entrevistador)

AGRADECIMIENTOS

A todos los autores y colaboradores de esta 3ra. Edición.

A todos los lectores que se han interesado en esta importante temática relacionada con el Turismo Rural.

FUNDACION RECINATUR INTERNACIONAL

2018

